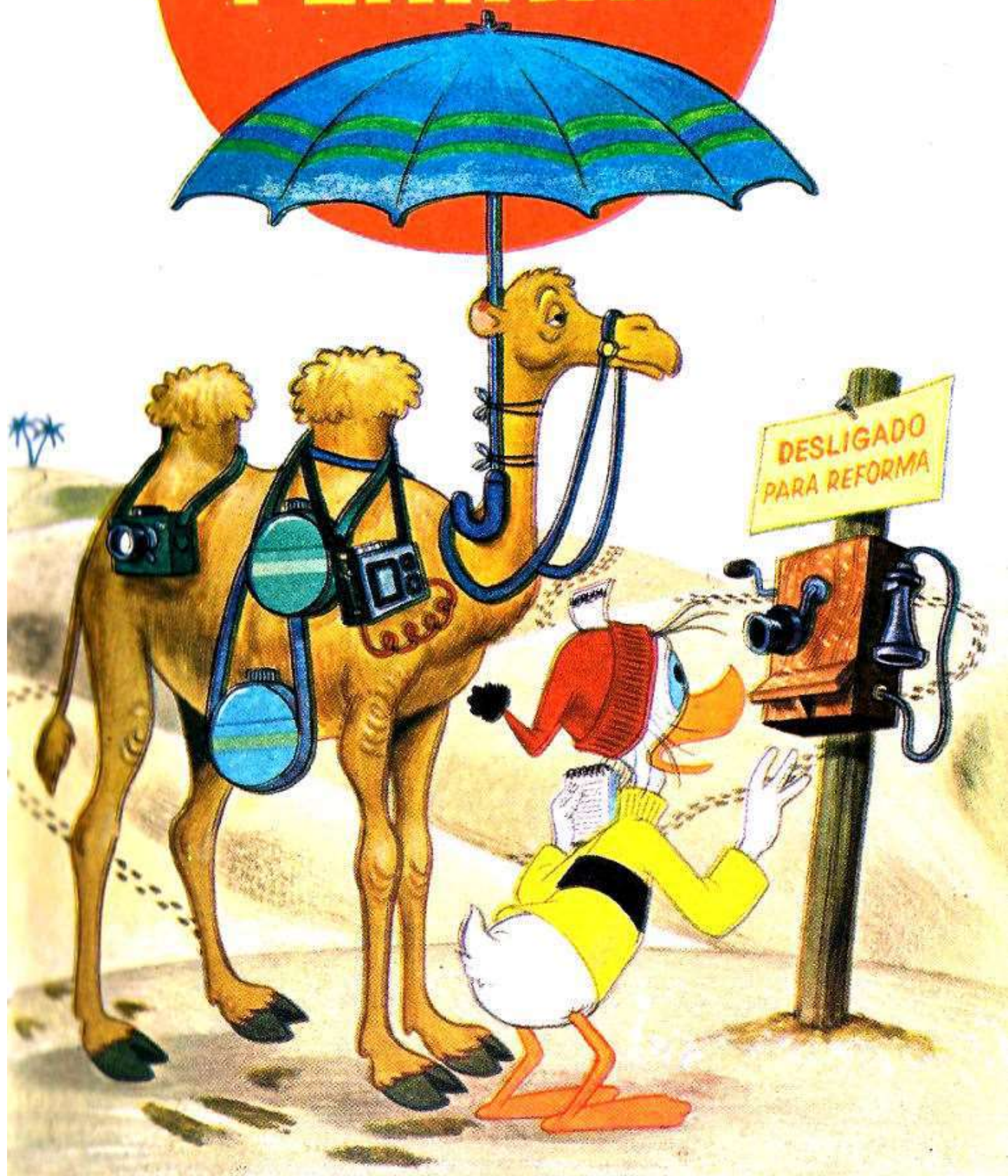
EDITORA ABRIL
Walt Disney
Manual do
PENINHA
QUADRINHOS ANTIGOS
.BLOGSPOT.COM
IMPRENSA

Walt Disney
Manual do
PENINHA
DESLIGADO
PARA REFORMA

O repórter é um caçador de notícias. Mas às vezes aparecem certos repórteres especiais que passam por tantas peripécias e aventuras no seu trabalho, que eles próprios acabam virando notícia. É o caso deste nosso amigo, o Peninha.

Será que repórter é a melhor ocupação para um pato amalucado como o Peninha? Era a dúvida do Tio Patinhas ao

designá-lo repórter de *A Patada.* Como não há parada que o Peninha não tope, ele não teve dúvidas: "botou pra quebrar" (inclusive máquinas de escrever, gravadores, etc.). E provou que, com as trapalhadas e tudo, tinha uma grande qualidade: comunicava-se com o público. Só não conseguiu comunicar-se com o Tio Patinhas nos pedidos de aumento salarial, mas isso são outros 50 centavos (500 cruzeiros é muito para o rico pato).

Mas o Peninha está gostando tanto da vida de repórter que até resolveu aperfeiçoar seus conhecimentos sobre a imprensa. Leu também vários livros de comunicações. Jornalismo é comunicação e — vocês sabem — quem não se comunica se estrumbica. E tudo o que o Peninha aprendeu está aqui neste Manual.

PENINHA, O REPÓRTER

— Não posso chegar atrasado! — pensava Donald enquanto seu carrinho rodava rumo ao aeroporto de Patópolis. — Não o vejo desde que éramos crianças. Ele era tímido . . . poderia perder-se nesta cidade grande, pois sempre morou no interior.

Donald ia buscar um primo que chegaria à cidade. Seu nome? Peninha.

Quando Donald chegava ao aeroporto, o avião que trazia o Peninha pousou. Aliás, pousou não é bem o termo: o aparelho praticamente caiu na pista, aos trambolhões. Então, os passageiros desembarcaram . . ou melhor, jogaram-se do avião. Todos saíram capengando, zonzos uns, trêmulos de medo outros. Alguns rezavam, ajoelhados na pista, agradecendo aos céus por ainda estarem vivos. Via-se logo que a viagem toda tinha sido naquela base, isto é, aos trancos e barrancos, num cai-não-cai de arrepiar. Por último desceu o piloto. Vocês sabem quem era? O Peninha!

E ele disse, diante da estupefação do Donald, que aquele era um dos "bicos" que fazia como passatempo.

Donald não tardou a perceber a mudança que se operara no ex-menino tímido. No trajeto do aeroporto para a casa do Donald, o Peninha já aprontou umas confusões. Mas algumas boas qualidades ele tinha: otimista, bem intencionado (mesmo para arrumar trapalhadas), topava qualquer parada e não se deixava abater diante de dificuldades.

Por causa do seu gênio amalucado e inconstante, nunca parava no emprego. Meteu-se também em negócios por conta própria — os mais estapafúrdios possíveis, como criação de jacarés, por exemplo. Só pelo Tio Patinhas foi empregado e despedido várias vezes num ano.

Aconteceu, porém, que, um dia, estando desempregado, Peninha foi ao campo gravar canções folclóricas cantadas pelo próprio povo, para ver se com isso ganharia algum dinheiro. Só que o "cantor" era o enfezado Urtigão, e o Peninha teve de fazer a gravação escondido numa árvore. O Urtigão acabou descobrindo o truque e a coisa deu mais "galho" do que a própria árvore. Felizmente o Peninha conseguiu escapar vivo e — o mais importante — com a gravação das canções.

Quando soube da história, o Tio Patinhas achou que o Peninha, devido ao seu gênio extrovertido e por ser cheio de iniciativa e imaginação, poderia fazer reportagens difíceis para o jornal *A Patada*. O irrequieto primo do Donald encontrava finalmente uma profissão. Assim nascia um repórter.

HISTÓRIA DO JORNALISMO

O termo **jornalismo** significa atualmente todas as formas de comunicação, ao público, de notícias, seus comentários e interpretações. Jornalista é o profissional da imprensa, seja escrita ou falada (jornal, revista, televisão, rádio, etc.). Peninha é um jornalista, porque trabalha na imprensa, colhendo e redigindo notícias.

Podemos dizer que o jornalismo apareceu no mundo junto com os primeiros grupamentos humanos, quando os homens aprenderam a comunicar-se entre si. As notícias, então, eram passadas adiante oralmente, isto é, de boca em boca. E entre esses primitivos "jornalistas" da Idade da Pedra já devem ter surgido os primeiros repórteres, mas também os primeiros fofoqueiros e boateiros, espalhando, com certeza, notícias tendenciosas, maldosas ou infundadas.

A primeira publicação periódica da história talvez tenha aparecido entre os gregos: *Efemérides.* Anunciava a posição do Sol e as fases da Lua; quer dizer, estava mais para almanaque do que para jornal.

Mas a mais antiga forma de jornalismo que se conhece com segurança foram as *Acta Diurna* de Roma, criadas pelo imperador Júlio César em 69 a.C., e de que falaremos mais adiante.

Já os mais antigos vestígios da imprensa, isto é, da arte de imprimir, foram encontrados na China. Entre 971 e 983 da nossa era, foi impresso o *Tripitaka* (bíblia budista). Na execução desse difícil trabalho foram usados 130 000 blocos de madeira. Vocês já pensaram no trabalho que teve o tipógrafo para compor o livro com tantos blocos de madeira? Só poderia ser um chinês, com sua tradicional paciência . . .

Em 1041 os chineses aperfeiçoaram o seu sistema. Pi-ching talhou blocos de argila na forma de sinais alfabéticos e os fixou numa base, compondo uma página. Depois, era só mergulhar essa placa na tinta e pressionar sobre o papel: estava feita a impressão. Com a vantagem de que as letras podiam ser deslocadas e remontadas noutra disposição, formando então nova página. Pi-ching foi, portanto, o precursor da imprensa moderna, inventando os tipos móveis, ou seja, os moldes de letras dotados de mobilidade. Mas seu sistema não resistia ao uso prolongado e não retinha bem a tinta. Por isso a Europa não o adotou.

Séculos depois, o alemão João Gutenberg criou, em

1440, os tipos móveis fundidos em metal (chumbo) e construiu uma prensa metálica, que imprimia as folhas com maior rapidez. Nascia assim a primeira máquina impressora, que daria origem a todas as que viriam mais tarde.

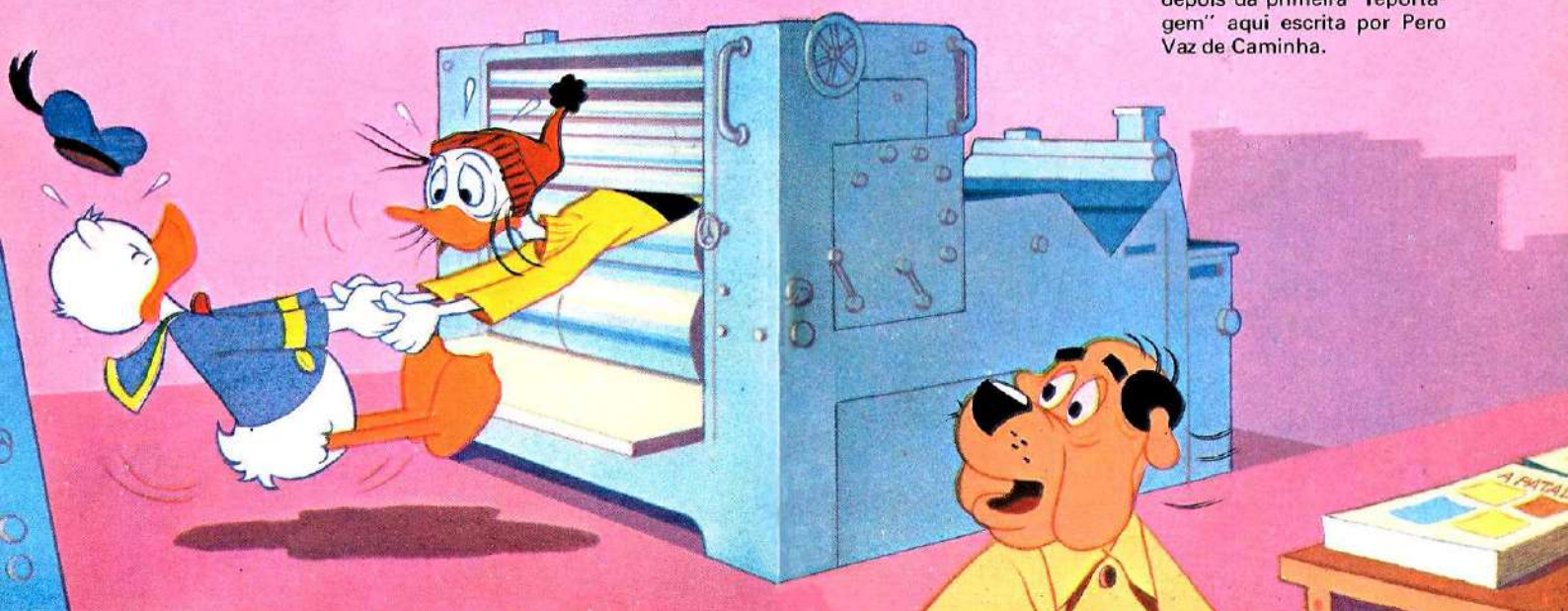
Essa importante invenção revolucionou todos os métodos de divulgação de notícias. Com o crescimento das cidades e do comércio por toda a Europa, veio a necessidade de se saber o que ocorria em locais distantes. Para saberem das notícias e as distribuírem aos leitores, os primeiros impressores precisavam viajar bastante. Mesmo assim, seus informes eram publicados a intervalos muito irregulares. Em 1622, doze impressores de Londres, Países-Baixos e Alemanha combinaram uma troca sistemática de notícias. Desse modo já podiam publicar jornais com certa regularidade.

Apesar de a imprensa ter sido inventada no século XV, só em 1605 apareceu o primeiro semanário de periodicidade regular: o *Nieuwe Tijdinghen*, de Antuérpia (Bélgica). Mas o primeiro periódico de sentido jornalístico foi o *Frankfurter Journal*, semanário fundado em 1615 por Egenolf Emmel na Alemanha. Em 1622 surgia em Londres o *Weekly News* que, em 1638, conseguia ser o primeiro a publicar notícias estrangeiras.

A atividade jornalística teve início em Portugal, em 1641; na Itália, em 1645; na Espanha e na Polônia, em 1661.

No século XVIII, com o aperfeiçoamento dos correios, houve maior difusão dos jornais e mais facilidade para o recebimento de noticiário. Nessa época o jornalismo começava a virar profissão, deixando de ser um "bico" dos impressores. Logo no início desse século aparecia na Inglaterra o primeiro jornal diário, lançado por Elizabeth Mallet: *The Daily Courant*.

O século XVIII marca também o começo do desenvolvimento do jornalismo nos Estados Unidos. Em 1704 aparecia o primeiro jornal americano, o *Boston News Letter*. O jornal mais antigo da América ainda em circulação é o *New Hampshire Gazette*, fundado em 1756.

O primeiro jornal brasileiro, o *Correio Brasiliense*, apareceu em 1808 em . . . Londres. Logo depois aparecia a *Gazeta do Rio de Janeiro*. Começava o jornalismo brasileiro, três séculos depois da primeira "reportagem" aqui escrita por Pero Vaz de Caminha.

NA SELVA TAMBÉM SE COMUNICA

Na cidade, quando queremos comunicar-nos com alguém que está longe, podemos usar o telefone, o correio ou a radiotransmissão. Mas . . . e na selva? Como fazem os índios para falar com colegas distantes?

Os índios das Américas e da África inventaram o seu sistema próprio de comunicações. Algumas tribos usam toras ocas, nas quais batem para enviar mensagens. Outras preferem os tantãs e comunicam-se batendo nesses tambores de acordo com um código preestabelecido. Desenvolveram também um sistema de postos de retransmissão usado quando a mensagem deve chegar a um lugar muito distante.

A atriz de cinema Shirley MacLaine teve uma experiência interessante com os sistemas de comunicações dos índios. Numa de suas viagens, ela conheceu a tribo dos Masai, que vive na parte oriental da África, perto de Nairóbi (Quênia). Shirley ficou muito amiga dos nativos. Na hora de partir, falou ao chefe dos Masai que ia para Tanganica (hoje Tanzânia). Então o chefe lhe prometeu:

— Muitos Masai em Tan-

ganica. Você será protegida.

Quando o avião de Shirley chegou a Tanganica, ela encontrou quatro guerreiros Masai à sua espera. A atriz havia viajado quase 400 quilômetros e fazia apenas duas horas e meia que tinha informado ao chefe Masai sobre o destino de seu vôo. Tambores? Acontece que a tribo dos Masai **não** usa este sistema para comunicar-se.

Ao contar essa história a um chefe de safári, Shirley ouviu a seguinte resposta:

— É... nós já estamos desconfiados de que os índios Masai se comunicam através de telepatia!

O TELÉGRAFO E A IMPRENSA

O inventor americano Samuel Morse, na tarde do dia 25 de maio de 1844, enviava uma mensagem telegráfica ao jornal *Baltimore Patriot*: "Uma hora: acaba de ser apresentada uma moção na Câmara para ser discutida em plenário a questão do Oregon. Rejeitada. Votos a favor: 79. Votos contra: 86". Começava uma nova era na história das comunicações. Com a invenção do telégrafo, os jornais passavam a dispor de mais notícias (e mais atualizadas) para publicar, vindas de todas as partes do mundo.

O POMBO-CORREIO

Desde os tempos da quinta dinastia egípcia (3 000 a.C.) já se falava na domesticação de pombos. E em 1150 da era cristã o sultão de Bagdá inaugurava um sistema de correio por meio de pombos. Como é sabido, o pombo é capaz de voar longas distâncias para retornar direitinho ao seu pombal. Até o belicoso Gengis Khan recorreu ao pacífico pombo para lhe servir de mensageiro durante suas campanhas.

Esse simpático "carteiro" alado foi também muito utilizado na época da revolução francesa de 1848. Os jornais da França e Bélgica acharam boa a idéia e logo a adotaram. Em 1849 os pombinhos davam nova prova de sua eficiência: quando o serviço telegráfico entre Berlim e Bruxelas "pifava", eram os pombos que levavam as mensagens.

Chegou o século XX e o pombo-correio continuou cumprindo seu estranho destino: sendo o símbolo da paz, foi usado na guerra para o envio de mensagens. Os correspondentes de guerra recorriam aos pombos para enviar notícias das frentes de batalha quando a comunicação era difícil de outra forma.

SINAIS DE FUMAÇA

Comunicar-se com seus semelhantes foi sempre uma das preocupações do homem. Mas no princípio ele só podia enviar mensagens até o limite do alcance de seu grito. Por isso, o homem antigo já procurava usar recursos que aumentassem o alcance de suas comunicações.

Uma dessas tentativas — que acabou dando certo — foram os sinais de fumaça utilizados pelos índios da América do Norte. O sistema era muito simples e ao mesmo tempo eficaz. O índio fazia uma fogueira e cobria-a com ramos e folhas verdes para produzir bastante fumaça. Depois, com o auxílio de um cobertor, ia controlando a subida da fumaça, aos intervalos, de acordo com um código preestabelecido. Tendo ao fundo o céu azul das pradarias, os sinais eram visíveis a muitos quilômetros de distância.

NO INÍCIO O JORNAL VINHA PELO CORREIO

O jornal mantém-se através de duas formas tradicionais: pela venda dos exemplares e pela publicação de anúncios, que são pagos pelos anunciantes. A primeira forma de venda de exemplares ao público foi a **assinatura.** O leitor assinava um contrato com o editor e, mediante um pagamento, passava a receber o jornal em casa durante determinado período.

As gazetas manuscritas do século XVII, geralmente semanais, eram enviadas aos leitores pelo correio. O conteúdo desses boletins informativos, embora escritos a mão, era aproximado ao dos jornais de hoje.

A assinatura das gazetas saía caro, mas toda pessoa que queria estar bem informada e podia pagar subscrevia uma dessas publicações: *feuille de nouvelles* (folha de novidades) para os franceses, *foglia a mano* (folha escrita a mão) para os italianos, *zeitung* (diário) para os alemães, *news letter* (carta de notícias) para os ingleses. A única pessoa importante que não fazia assinaturas nessa época era um tal de Ezequiel Patinhas, antepassado de um conhecido pato muito rico, que preferia ler as gazetas depois que elas viravam papel de embrulho.

O JORNALISTA BENJAMIN FRANKLIN

Benjamin Franklin foi, como Leonardo da Vinci, um homem de múltiplas atividades e talentos. Fez mil e uma coisas e tudo que fez, fez bem. Além de cientista, escritor, político, inventor, foi também jornalista, e dos melhores.

Nascido em Boston em 1706, foi o 15.º (!) de dezessete irmãos. Em 1721 seu irmão James começou a editar uma publicação semanal. Benjamin era aprendiz na tipografia que imprimia o semanário. Logo aprendeu o ofício, mas ele queria progredir cada vez mais e estudava muito. Desejava escrever para o semanário, mas temendo receber um "não" do seu irmão diretor, começou a entregar artigos — por baixo da porta da oficina, durante a noite — assinados com um pseudônimo. Seu irmão James leu, gostou e publicou. Em pouco tempo o humor e a sabedoria dos escritos de Franklin tinham conquistado a opinião pública de Boston.

Em 1729 ele se tornou proprietário da *Pennsylvania Gazette,* que mais tarde se transformaria no *Saturday Evening Post.* Publicando, além do noticiário normal, os artigos de Franklin, sempre cheios de inteligência e senso de humor, o periódico logo se tornou o mais lido da América colonial.

A MAIS BEM DESCLASSIFICADA

O primeiro trabalho de Peninha como repórter foi a cobertura do concurso da "mulher mais bem vestida da cidade". Os melhores repórteres de *A Patada* acharam que esse trabalho era um "abacaxi" e não o aceitaram, mesmo ante os insistentes pedidos (e algumas ameaças) do diretor, o Tio Patinhas. Assim, o Peninha, que era contínuo (embora sem continuidade no serviço), foi designado repórter e dirigiu-se ao local do concurso, em companhia de Donald, cuja função era a de quebra-galhos.

Com o auditório do Teatro Municipal de Patópolis lotado, iniciou-se o concurso. Na qualidade de jornalista, Peninha e Donald sentaram-se na primeira fila, ao lado dos jurados.

O mestre-de-cerimônias, então, pediu silêncio ao auditório e chamou a primeira concorrente:

— Distinto público, vamos começar o concurso apresentando a primeira candidata, a sra. Papafogo!

— Perdão — interrompeu um dos jurados —, mas o nome é Papafigo!

— Como é que o senhor sabe disso? — perguntaram Peninha e Donald ao jurado.

— Ora — respondeu o homem —, porque sou o marido dela.

Aí o Donald irritou-se e subiu ao palco, apontando o jurado para toda a platéia:

— Esse juiz é o marido da concorrente!

Foi um escândalo. O auditório inteiro prorrompeu em sonoras vaias.

— Sinto muito — disse o mestre-de-cerimônias —, mas os Papafogos estão desclassificados.

— O nome é Papafigo! — protestou a concorrente.

Envergonhado, o jurado acusado só teve uma saída: a saída dos fundos do teatro, por onde se retirou.

— Muito bem, Donald! — aplaudiu o Peninha. — Você desmascarou aqueles embusteiros!

— Ora, apenas cumpri meu dever de jornalista — respondeu Donald, fazendo cara de modéstia.

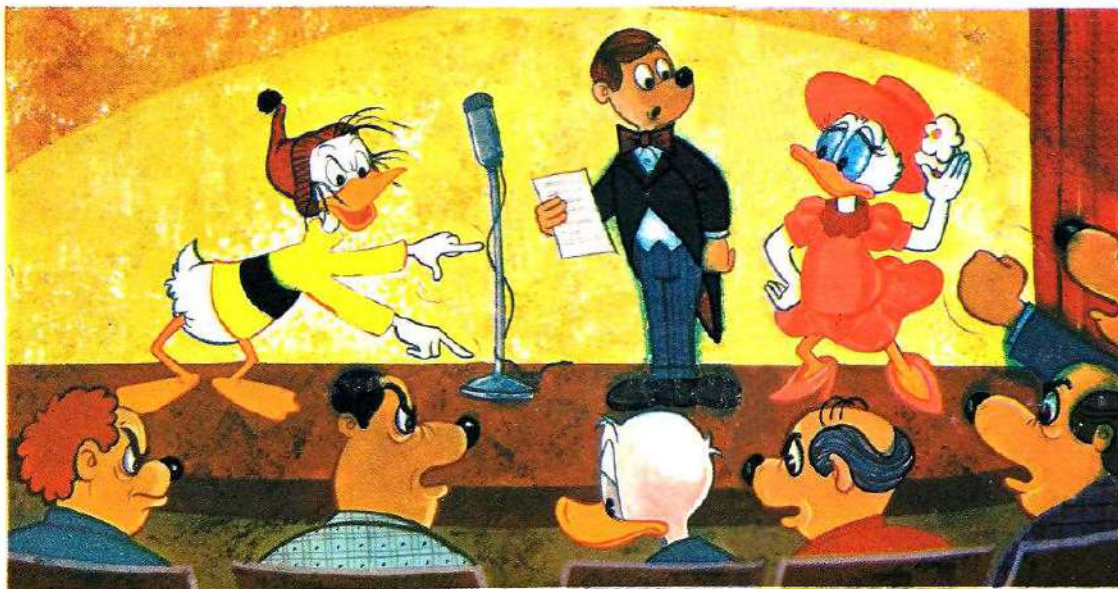
— Felizmente há jornalistas que sustentam a integridade da imprensa — comentou o apresentador do concurso.

Serenado o zum-zum do recinto, o apresentador deu prosseguimento ao concurso.

— A segunda candidata é a srta. Margarida!

Ao ver Margarida no palco, a expressão do Peninha alterou-se. Após olhar feio para o Donald, que estava surpreso, subiu ao palco e acusou, de dedo em riste:

— Esta concorrente também está impugnada! Ela é noiva desse moralista duma figa!

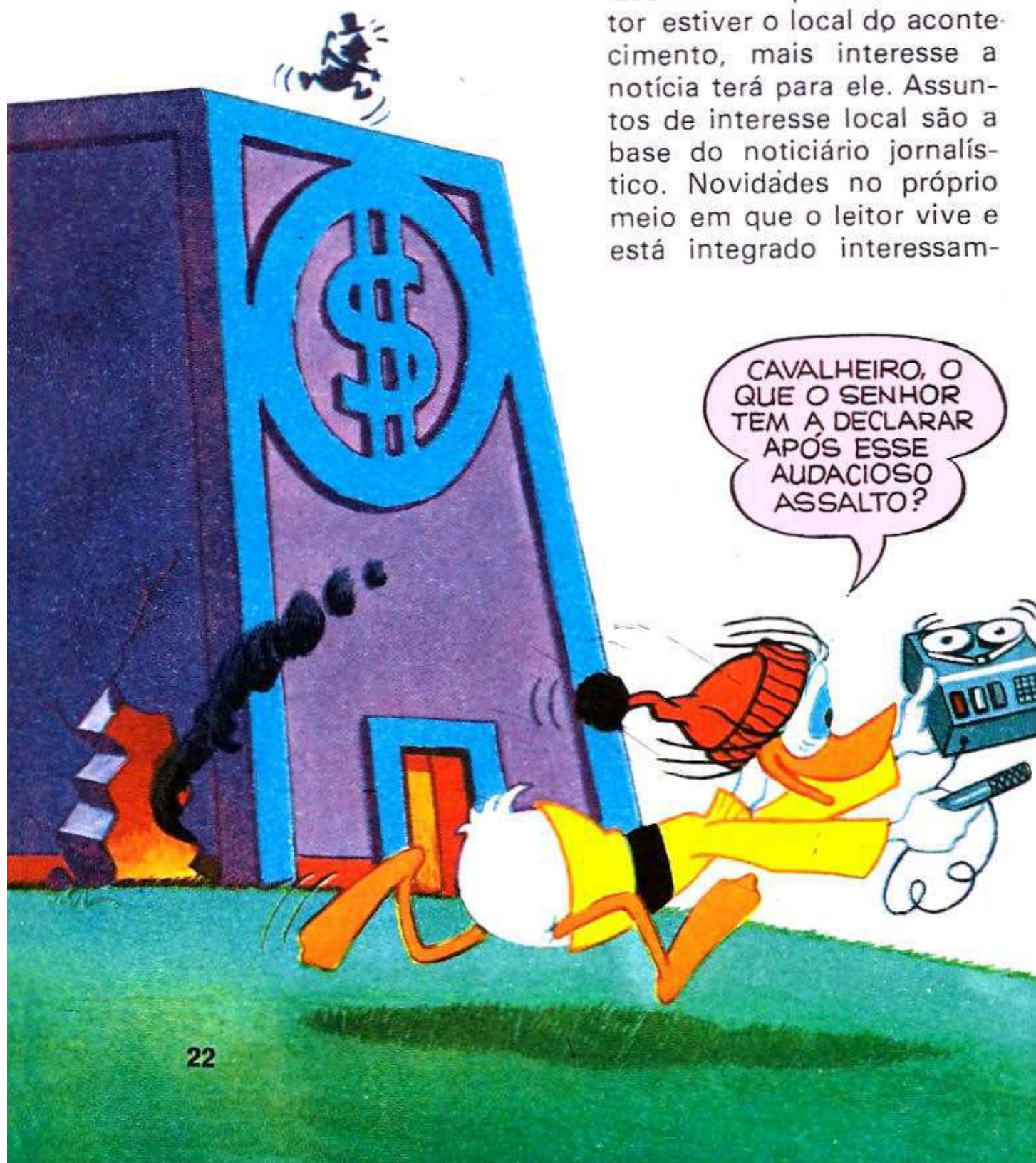
Foi aquele vexame. O teatro quase veio abaixo, de tanta vaia. Margarida não esperou para ser desclassificada. Nem foi preciso, pois o próprio público desclassificou o certame, que teve de ser encerrado. O caso passou à história de Patópolis como o "concurso da mais bem desclassificada". Começava promissora (em confusões) a carreira do repórter Peninha.

A NOTÍCIA

Notícia é a informação sobre fatos ou acontecimentos transmitida pela imprensa. Um jornal é feito de notícias. A arte do jornalismo é, justamente, saber escolher os assuntos que mais interessam ao público e apresentá-los do modo mais atraente possível.

O valor da notícia pode variar, mas na sua qualidade influem quatro fatores principais:

1) **Novidade** — A notícia deve conter informações novas, não repetindo coisas já conhecidas.

2) **Proximidade** — Quanto mais próximo do leitor estiver o local do acontecimento, mais interesse a notícia terá para ele. Assuntos de interesse local são a base do noticiário jornalístico. Novidades no próprio meio em que o leitor vive e está integrado interessam-

lhe mais do que acontecimentos em locais distantes, que nem direta nem indiretamente lhe podem trazer implicações. As pesquisas mostram que fatos locais e nacionais interessam mais do que os internacionais, salvo os grandes acontecimentos. Hoje em dia, porém, isso está se alterando com o desenvolvimento da televisão, que mostra ao vivo as coisas que ocorrem em todo o mundo.

3) **Tamanho** — O muito grande e o muito pequeno atraem a atenção do público.

4) **Importância** — A notícia divulgada deve ser importante, ou, pelo menos, significativa. Notícias sobre acontecimentos banais, corriqueiros, não podem interessar a ninguém.

ONDE ESTÃO AS NOTÍCIAS

É comum o Tio Patinhas berrar para o Peninha:

— Vá para a rua e não me volte sem notícias!

Mas . . . onde estão as notícias? Bem, a notícia pode estar ou surgir em qualquer lugar: no mar, no ar, na terra, nas cidades, nas estradas, nos campos. Basta que o repórter seja ativo, perspicaz, e saia à cata delas. Notícias sobre administração municipal, por exemplo, estão na prefeitura, nas secretarias, na câmara municipal, etc. Se o assunto for esporte, estão nos clubes, nas federações e nos organismos oficiais que superintendem as atividades esportivas; notícias policiais podem ser colhidas nas delegacias e outras dependências da polícia, e assim por diante.

COMO AS NOTÍCIAS CHEGAM AOS JORNAIS

As notícias chegam aos jornais através de repórteres, correspondentes, agências noticiosas e associações de imprensa. Pode haver, eventualmente, uma outra fonte de informações: os "amigos". Muitas reportagens importantes já nasceram de "dicas" e denúncias, às vezes anônimas, dadas ao jornal por telefone, ou de sugestões feitas aos repórteres por amigos.

Nos Estados Unidos existe a figura do *news-hawk* (falcão-de-notícia), informante contratado pelo jornal e que anda à cata de assuntos que dêem notícia.

POR QUE GAZETA?

Gazeta é daquelas palavras que, no dicionário, têm vários significados. Na escola, fazer gazeta é faltar à aula para vadiar. Mas gazeta é também sinônimo de jornal. O primeiro jornal publicado no Brasil chamava-se *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Pois bem: originariamente, lá pelo século XVI, gazeta *(gazzetta)* era o nome de uma moeda de Veneza (Itália). Lá era publicado um folheto noticioso que custava uma gazeta. Quem queria comprar o jornalzinho pagava uma gazeta. Com o tempo, essa publicação ficou conhecida como gazeta, e o nome foi estendido, depois, a todos os jornais.

JORNAL ANTIGO NÃO BOTAVA BANCA

Houve época em que não se botava banca . . . para vender jornal. Pudera! Antigamente nem jornal havia. Só no século XVII apareceram as gazetas manuscritas, que eram distribuídas aos assinantes. Esses periódicos eram também vendidos nas tavernas (bares) da época. Quem não tivesse assinatura das gazetas podia comprá-las nesses locais.

Com o aperfeiçoamento da tipografia, os jornais ficaram mais dinâmicos, bonitos e interessantes. Os editores viram, então, que valia a pena investir dinheiro neles e começaram a contratar os primeiros **jornaleiros** para vender jornais nas ruas. Em Portugal, até 1760 os jornais, chamados "papéis noticiosos", eram apregoados e vendidos por cegos. Só que de notícias mesmo os tais "papéis" traziam muito pouco e de forma resumida. O grande terremoto de Lisboa (1755), que causou milhares de vítimas, foi noticiado em poucas linhas.

Só mais tarde apareceram as bancas de jornais, tornando mais fácil a aquisição de periódicos: quem quiser comprar seu jornal, revista ou até livro, é só dar um pulinho até a primeira esquina, onde está instalada uma banca de jornaleiro.

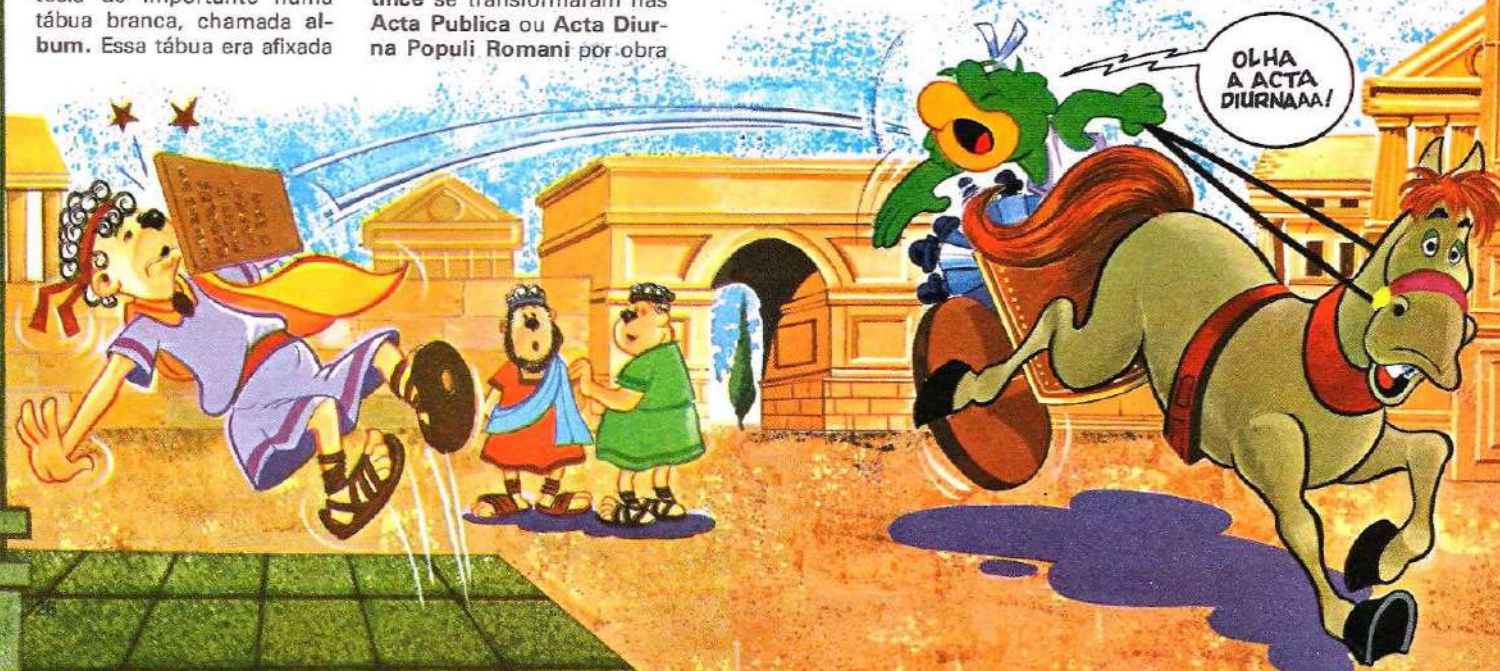
ACTA DIURNA O JORNAL DA ANTIGUIDADE

Nos dias de hoje, tudo que ocorre numa nação fica devidamente registrado em atas, documentos, diários oficiais, etc. Na Antiguidade, os recursos eram limitados: não havia papel, nem máquinas, nem muitas pessoas que soubessem escrever.

No Império Romano, desde o seu início, quem recolhia os fatos era o **pontífice** (chefe da religião romana). Ele redigia tudo o que acontecia de importante numa tábua branca, chamada **album.** Essa tábua era afixada nos muros da residência do pontífice para que os cidadãos ficassem sabendo qual a última conquista dos seus legionários ou qual era o gladiador mais querido da "fiel torcida" romana.

Este costume durou vários séculos, enquanto o Império Romano ia crescendo, crescendo . . . até ficar tão grande que os interesses do Estado exigiam maior divulgação das informações. Foi então que os **anais do pontífice** se transformaram nas **Acta Publica** ou **Acta Diurna Populi Romani** por obra do imperador Júlio César, em 69 a.C. Começaram, então, a ser publicadas diariamente as atas do senado e as ocorrências de interesse público.

Pouco tempo depois, as *Acta Diurna* passavam a ser copiadas, circulando dentro e fora dos muros de Roma. Essas publicações tinham pelo menos três características de um jornal: a periodicidade, a atualidade e a variedade. Publicavam notícias sobre nomeações de funcionários públicos, éditos, discursos de tribunos, nascimentos, casamentos, óbitos, acontecimentos militares, rixas, falências, espetáculos, banquetes, gente que batia recorde em idade, em número de filhos, enfim, o resumo de todos os fatos sociais significativos.

As *Acta Diurna* de Roma foram, assim, um marco pioneiro na história do jornalismo, e só saíram de circulação após a queda do Império Romano. Mas, antes que isso acontecesse, elas registraram todas as grandezas e misérias de uma grande civilização. Os redatores haviam cumprido sua missão de informar o público.

OS PRIMEIROS REPÓRTERES

Quem foi o primeiro repórter? Isso é quase o mesmo que perguntar quem nasceu primeiro, o ovo ou a galinha. Mas já vimos que as primeiras coisas parecidas com jornal foram as acta diurna dos romanos. Só que os nomes dos seus repórteres não ficaram registrados pela História. O que se sabe é que o primeiro repórter não foi o Peninha e que os jornalistas apareceram antes dos jornais, embora isso possa parecer esquisito.

No século XIII, duzentos anos antes de Gutenberg construir a primeira impressora, tornaram-se conhecidos os nomes de dois repórteres italianos: Nicolò Franco e Annibale Capello. Eles redigiam manuscritos sobre assuntos de interesse dos comerciantes e navegadores italianos.

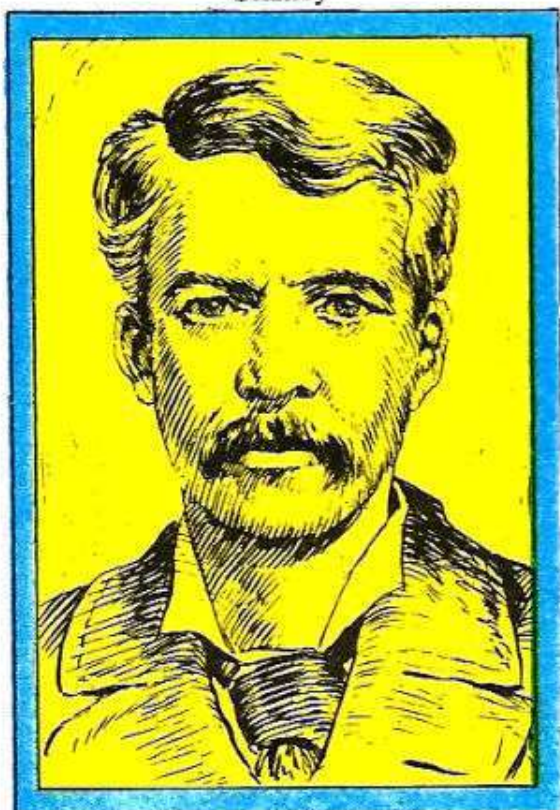
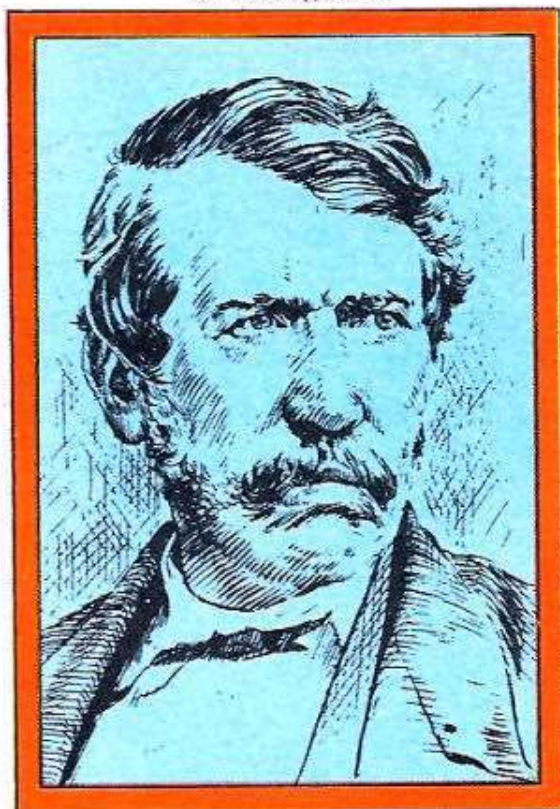
O descobridor Cristóvão Colombo também deu uma de repórter, ao redigir uma carta histórica anunciando os resultados da viagem arriscada feita ao Novo Mundo. Essa carta foi reproduzida e distribuída como uma espécie de jornal. Relato semelhante fez Pero Vaz de Caminha em 1500, escrevendo ao rei de Portugal sobre as peripécias do descobrimento do Brasil.

Na Inglaterra de Elizabeth I (1558/1603) havia um tipo diferente de repórter, uma espécie de secretário a serviço dos nobres. O trabalho desses repórteres-secretários era levar informações úteis para a vida cultural e financeira desses fidalgos. Nesse mesmo século o alemão Erhard Oeglin relatou no *Zeitung* a descoberta do Brasil por Pedro Álvares Cabral.

Em 1615 outro grande repórter alemão, Egenolf Emmel, fundava o seu próprio jornal, o *Frankfurter Journal.* Em 1622 surgia *The Weekly News from Italy, Germanie, etc.* O principal repórter era Nathaniel Butter. Sua função era colher informações nos diversos países do continente europeu e enviá-las a seus "clientes-leitores" na Inglaterra, que pertenciam à nobreza britânica e andavam louquinhos por informações.

Estes são alguns dos nomes que não podem ser esquecidos, pois a história deles é a própria história da evolução do jornalismo.

O REPÓRTER QUE ENCONTROU LIVINGSTONE

Stanley

Dr. Livingstone

—Dr. Livingstone, I presume . . .? (Suponho que o senhor seja o dr. Livingstone, não?) Esta é uma das frases célebres da história do jornalismo e por trás dela há uma emocionante história da vida real.

Em 1867 o inglês Henry Morton Stanley foi ao jornal *New York Herald,* de Nova York, e ofereceu-se como repórter: queria fazer a cobertura da campanha do exército inglês na Abissínia.

Como repórter do *New York Herald,* Stanley estava mais tarde em Madri cobrindo a guerra civil espanhola de 1868, quando foi chamado para a missão que iria torná-lo famoso: encontrar o explorador Livingstone, que estava desaparecido.

O dr. Livingstone era um renomado explorador e missionário inglês na África, naquele tempo um imenso continente desconhecido. Ele tinha partido para o interior do continente negro em 1866, a fim de explorar os lagos centrais da África e tentar descobrir a nascente do rio Nilo.

Ninguém sabia onde ele estava. Supunha-se que deveria ter chegado perto de Ujiji, próximo ao lago Tanganica, mas muitos o davam como desaparecido. Enquanto isso, o repórter

Stanley chegava à África pelo Egito, onde fez a cobertura da construção do canal de Suez, passando depois pela Síria e Palestina. Somente em janeiro de 1871 é que chegou a Zanzibar, na Tanganica. (Como vocês sabem, naquela época não existiam os jatinhos de hoje.)

O esperto Stanley queria dar um "furo" jornalístico sensacional. Por isso não contou às autoridades de Zanzibar o que pretendia e, em março de 1871, partiu rumo a Ujiji com uma caravana bem equipada.

Mas a viagem não foi brincadeira. Stanley teve de atravessar um vasto continente agitado por lutas e enfermidades tropicais. Finalmente, em novembro daquele ano, dava-se o memorável encontro: o dr. Livingstone foi localizado em Ujiji, sendo saudado pelo jornalista com aquela frase que ficou célebre.

Stanley juntou-se a Livingstone na exploração do lago Tanganica e só voltou a Zanzibar em maio de 1872.

A REDAÇÃO JORNALÍSTICA

Qualquer história começa do princípio e vai até o seu ponto principal, o clímax. A redação jornalística começa do clímax. Por exemplo: quando lemos na revista *O Pato Donald* a história do assalto dos irmãos Metralha ao depósito-forte do Tio Patinhas, vemos primeiro o plano deles, depois o ataque aos quaquilhões, a fuga, a perseguição policial, o tiroteio e a prisão dos larápios. Mas no jornal *A Patada* o título da notícia dirá: "Metralhas presos após tiroteio com a polícia". Isto é, o Peninha, ao contar a história no jornal, começa com a prisão; depois conta onde os ladrões estavam, como tramaram o assalto, onde se reuniam, o que pretendiam depois.

Essa "abertura" de uma notícia é tão importante que até tem um nome em inglês: **lead** (pronuncia-se líd), isto é, o que vai na frente. O **lead-sumário** é o primeiro parágrafo de uma reportagem e deve resumir uma notícia, respondendo logo às perguntas básicas do leitor (quê? quem? quando? onde? como? por quê?). Deve interessá-lo a ponto de fazer com que ele leia a notícia até o fim.

HISTORINHA DA IMPRENSA BRASILEIRA

No início do século passado, quando o Brasil ainda não era independente, falar de **liberdade** ou **independência** era perigoso, e escrever sobre isso, mais ainda. Por isso, o primeiro jornal brasileiro — o *Correio Brasiliense* — seria fundado em 1808, em . . . Londres. Pois é. Hipólito José da Costa, diplomado em Coimbra, queria a independência do Brasil e utilizava seu jornal para difundir essa idéia.

Ao chegar ao Brasil em 1808, D. João VI funda a Imprensa Régia, que passa a publicar a *Gazeta do Rio de Janeiro.* Nesse ano é decretada a censura prévia de todas as publicações, que só é abolida em 1821.

Nos seus primórdios, o jornalismo brasileiro servia diretamente às causas políticas. Tanto assim que surgem vários jornais na Bahia e Rio de Janeiro defendendo as idéias da independência. Em 1821, Joaquim Gonçalves Ledo lança o *Revérbero Constitucional Fluminense.* Em 1822, no Recife, Cipriano Barata começa a publicar as *Sentinelas,* periódicos que propagam idéias liberais e que levam seu autor à prisão, onde ele continua escrevendo . . .

Em 1823, Minas Gerais entra na história da imprensa brasileira com seu primeiro jornal: *O Compilador Mineiro.* Em 1827, aparecem também os primeiros jornais

de São Paulo — *Farol Paulistano* — e do Rio Grande do Sul — *Diário de Porto Alegre*. Nesse mesmo ano são fundados no Rio de Janeiro dois jornais: *Aurora Fluminense*, de Evaristo da Veiga, e o *Jornal do Comércio*, que ainda hoje continua em circulação.

A partir daí surgem vários outros periódicos em todo o país. Em 1828 é fundado o *Diário de Pernambuco*, que existe até hoje; em 1854, surge o *Correio Paulistano*, que só desaparece em 1966.

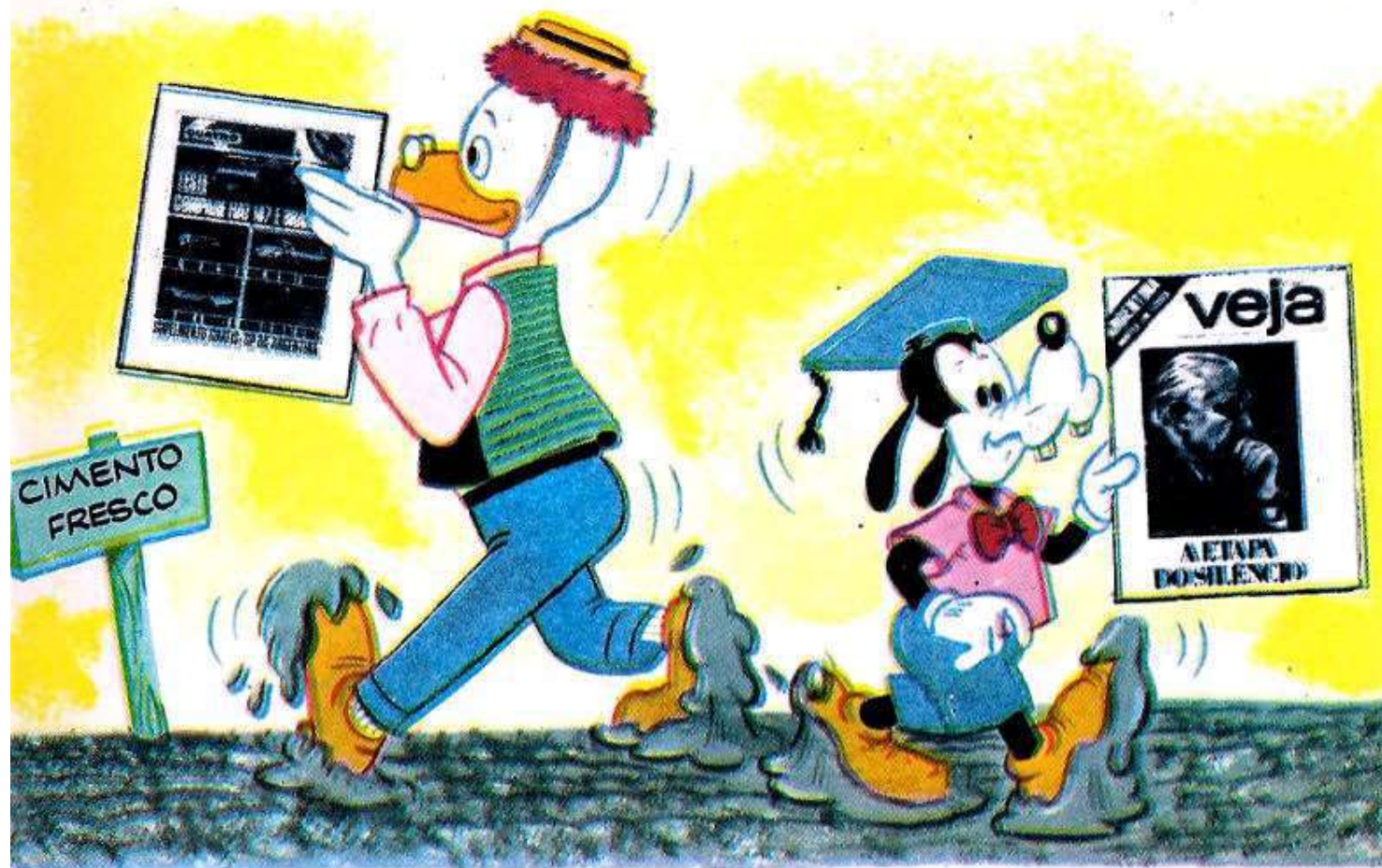
Com a euforia e a polêmica causadas pelas lutas da Abolição e da República, começa uma nova fase no jornalismo brasileiro. Surgem vários jornais, alguns dos quais permanecem em circulação até agora.

Em 1870, aparece em São Paulo o jornal *A República*, que tem Quintino Bocaiúva como um dos colaboradores. Em 1875, surge *A Província de São Paulo*, que depois passa a chamar-se *O Estado de S. Paulo*. O *Diário Popular*, de São Paulo, começa a circular em 1884; o *Jornal do Brasil*, do Rio de Janeiro, em 1891 e o *Correio da Manhã*, também do Rio, em 1901.

O jornal *A Gazeta* é fundado em 1906, em São Paulo, mas desenvolve-se mais a partir de 1918, sob a orientação de Cásper Líbero. Em 1912 surgem *A Noite*, jornal com grandes reportagens e ilustrações, e *O Im-*

GAZETA DO RIO DE JANEIRO.

SABADO 10 DE SETEMBRO DE 1808.

CORREIO PAULISTANO.

parcial, que traz fotos impressas pela primeira vez.

Assis Chateaubriand começa em 1919, lançando *O Jornal* e o *Diário da Noite,* formando depois uma grande cadeia de jornais, rádios e tevês: as Associadas.

Outros grandes periódicos vão aparecendo em seguida. No Rio de Janeiro são fundados o jornal *O Globo,* em 1925; a revista *O Cruzeiro,* em 1928; o *Diário Carioca,* em 1928, e a revista *Manchete,* em 1952. Em São Paulo, começa a circular a *Folha da Noite* em 1921 e a *Folha da Manhã* em 1925. Em 1947 surge *A Gazeta Esportiva,* especializada em assuntos esportivos; em 1949, a *Folha da Tarde;* 1951 é a vez de *Última Hora,* com paginação e estilo mais dinâmicos. A *Folha de S, Paulo* substitui a *Folha da Manhã* e a *Folha da Noite* em 1960.

O jornalismo brasileiro continua evoluindo tecnicamente. Muitos jornais atualmente já apresentam suplementos a quatro cores. A concorrência do telejornalismo incentiva os jornais e revistas a aprimorarem sua capacidade de informar. Exemplos disso foram os lançamentos de importantes veículos de comunicação em São Paulo, como a revista *Realidade,* em 1966; o *Jornal da Tarde,* em 1966; a revista *Veja,* em 1968 e, no Rio de Janeiro, *O Pasquim,* em 1969, e o jornal *Opinião,* em 1972.

CORRESPONDENTES

Uma das grandes ambições dos órgãos de imprensa é conseguir notícias exclusivas ou de primeira mão. As agências de notícias transmitem apenas o noticiário geral. Por isso, para dar "furos" e notícias mais detalhadas ou exclusivas, os grandes jornais e revistas mantêm **correspondentes.**

O correspondente é o jornalista encarregado de cobrir determinada região onde reside, geralmente longe da sede do órgão de imprensa que representa. Dali manda notícias para a redação. De acordo com o lugar em que se encontra para fazer a cobertura, o correspondente pode ser estadual, nacional ou internacional.

ELES MANDAM A NOTÍCIA DE LONGE

Peninha baixou um dia na Europa, como enviado especial de *A Patada*, para fazer a cobertura de um importante acontecimento. Lá ele foi recebido pelo Pato Beto, correspondente do jornal do Tio Patinhas na Europa. Conversando com ele sobre a profissão, Peninha comentou:

— Perto do corre-corre da nossa redação, o trabalho do correspondente é moleza, né?

— Pois sim! — respondeu Beto. — Um **correspondente internacional** tem tanto trabalho quanto qualquer jornalista. Eu, por exemplo, tenho que ficar de olho em tudo o que acontece por aqui. Preciso acompanhar o noticiário internacional e para isso sou obrigado a ler diariamente muitos jornais e revistas. Devo, inclusive, estar bem "por dentro" do que está acontecendo em Patópolis, para ter condições de coletar e enviar as notícias que possam interessar aos leitores de *A Patada*.

— E como você se comunica com o jornal? — perguntou Peninha.

— Aí está outro problema — respondeu Beto. — O correspondente trabalha sozinho e só pode entrar em contato com a redação por meio de cartas, telegramas, telefonemas ou telex. E nem sempre trabalha com matérias encomendadas, como um enviado especial. Precisa tomar suas próprias iniciativas.

Terminado o papo, Peninha, cansado da viagem, resolveu divertir-se um pouco, já que seu trabalho só começaria no dia seguinte, e foi a um cinema em companhia do Beto. Só que ele saiu mais cansado do que já estava. O filme a que assistiram era sobre a vida complicada de um repórter . . .

CORRESPONDENTES DE GUERRA

O correspondente de guerra surgiu na metade do século XIX. As campanhas de Napoleão não tiveram o testemunho desses repórteres. Mas na Guerra de Secessão americana (1861-1865) já havia cerca de 150 jornalistas acompanhando o desenrolar das batalhas.

Um correspondente pode mandar notícias das batalhas confortavelmente instalado num hotel de uma cidade próxima. Mas o verdadeiro correspondente de guerra é o que vai para o *front* ver a coisa de perto.

O jornalista que parte para o campo de batalha para fazer a cobertura dos acontecimentos recebe uma farda, botas, capacete de aço e até uma arma, se quiser. As "armas" do correspondente de guerra, porém, são a caneta, o papel ou uma máquina de fotografar ou filmar. Além disso, ele deve ter espírito de aventura e muita coragem, porque, "na hora da onça beber água", isto é, da batalha, o inimigo não sabe quem é soldado e quem é jornalista.

Muitos correspondentes arriscam a vida na coleta de informações sobre os conflitos. Robert Lansom, da revista americana *Time*, deixou-se prender pelo inimigo no Camboja. Ficou longo tempo preso, mas foi assim que pôde contar a verdade dos fatos: os dois lados da guerra. Luciano Carneiro, repórter da revista *O Cruzeiro*, saltou de pára-quedas sobre o território inimigo na guerra da Coréia.

Mais dramáticos foram os casos de José Hamilton Ribeiro, da revista Realidade, gravemente ferido por uma explosão na guerra do Vietnam, e de muitos jornalistas que, no cumprimento da missão de bem informar, perderam a vida, como o de Sean, filho do famoso ator Errol Flynn. Deixando o conforto de Hollywood, Sean seguiu para a Indochina como correspondente de guerra do *Time*. Em abril de 1970, partiu para a frente de batalha e nunca mais voltou.

Por ver de perto e viver todo o drama do *front*, o maior desejo de um correspondente de guerra é poder mandar uma notícia que fale de . . . paz. Era esse o sonho de Larry Burrows, da revista *Life:* fotografar as aldeias do Vietnam no dia em que a paz chegasse, com o povo, feliz, reerguendo as casas e cidades devastadas pela guerra. Mas, antes disso, ele morreu no campo de batalha, fotografando cenas de guerra . . .

CRÍTICOS DE RESTAURANTE

Naquele dia, Donald e Peninha saíram da redação felizes da vida. Não era para menos: durante duas semanas teriam a missão de escrever a coluna de restaurantes do Paco Milão, que estava hospitalizado por distúrbios estomacais. Tudo o que eles precisavam fazer era visitar os restaurantes e depois comentar os pratos servidos, informar o público sobre os preços, as especialidades de cada casa, etc.

Resolveram começar pelo Ao Peixe Frito, um restaurante especializado em alimentos provenientes do mar.

Ao saber que eram jornalistas, o gerente ficou todo satisfeito, pensando na boa publicidade que a casa ia ganhar. O lugar estava cheio, mas logo ele arranjou uma mesa para os dois repórteres e chamou o melhor garçom para atendê-los.

Enquanto o Donald hesitava entre o "camarão recheado com baleia" e a "sopa a irmãos Metralha" (tinha esse nome porque era feita de robalo), o Peninha foi logo pedindo peixe-espada. Mas, quando se voltou para pedir um refrigerante, viu algo estranho: um funcionário do restaurante estava retirando da parede um peixe-espada . . . **empalhado!** Ao ver aquilo, o Peninha explodiu:

— Ei, é *esse* o peixe-espada que vocês vão me servir?

Alguns fregueses viram a cena e foram embora, achando que o restaurante estava mesmo servindo peixe empalhado. Logo surgia o gerente, todo nervoso.

— Caro senhor — explicou —, esse peixe-espada foi retirado para ser consertado pelo taxidermista.

— Ahá! — exclamou o Peninha. — Então ele está estragado e vão consertá-lo para depois servir a algum otário, não é? Vou denunciar isso às autoridades!

O escândalo que o Peninha fazia chamava a atenção dos fregueses restantes e o Donald achou melhor retirar o primo dali. Mas, ao ser puxado pelo braço, o Peninha voltou sua irritação contra o Donald.

— Não se meta nisto!

Os dois primos repórteres engalfinharam-se e rolaram pelo piso do restaurante, virando mesas e cadeiras. Nessa altura, os fregueses restantes também caíram fora.

Ao ver o restaurante vazio e desmoralizado, foi a vez do gerente explodir:

— Desapareçam daqui, seus desordeiros! Vocês me arruinaram! Vou processar *A Patada* por isso!!

Donald e Peninha foram jogados fora a pontapés. Refazendo-se, foram visitar um res-

taurante chinês. Quando nossos repórteres iam entrar, o garçom jogou um gato pela porta afora. Era o Ronrom, o gato de estimação do Donald.

— Acho que o Ronrom também resolveu fazer a ronda dos restaurantes, como nós — comentou o Peninha.

Ao serem atendidos à mesa pelo garçom, Donald pediu o "camarão frito à moda oriental", especialidade da casa.

— "Camalão" michou — disse o garçom. — Aquele gato vadio comeu tudo.

Já o Donald se dispunha a pedir outro prato, quando o Peninha lhe cochichou:

— Você vai deixar barato o desaforo? Esse cara chamou o Ronrom de gato vadio, e você é dono dele. Vai aturar isso? Você não é homem?

— Tem razão — respondeu Donald, ficando vermelho de raiva, levantando e partindo para cima do garçom.

Mas o chinês era lutador de judô e o pato não deu nem para a saída. Assustados com a confusão, os fregueses do restaurante "se mandaram". E o dono do restaurante chinês também resolveu processar *A Patada.*

Quando o Tio Patinhas soube que seus repórteres, em vez de trazerem a reportagem sobre os restaurantes de Patópolis, arranjaram dois processos contra o jornal, deu um QUAC daqueles e demitiu-os pela centésima vez. A carreira de dois críticos de restaurante terminava antes de começar!

A CRÔNICA

Pateta encontrou seu sobrinho Gilberto escrevendo a máquina. Sempre abelhudo, quis saber o que era.

— Estou escrevendo uma **crônica** para *A Patada.*

— Isso tem algo a ver com . . . doença crônica? — perguntou o Pateta.

— Claro que não! — exclamou Gilberto. — A crônica é um pequeno texto em prosa, que comenta assuntos atuais, não necessariamente os mais importantes. É assim como um bate-papo com o leitor. Por isso é leve, poética ou divertida, e sua linguagem é simples e comunicativa. A palavra **crônica** vem do grego *chroniká,* que deu no latim *chronica,* significando "história redigida segundo a ordem dos tempos", isto é, segundo a ordem **cronológica.** É o sentido que a palavra tem até hoje no inglês e outras línguas. Mas, em português, crônica é um comentário sobre assuntos leves, atuais.

— E qual é o assunto da sua crônica? — perguntou o Pateta.

GRANDES CRONISTAS

Quando o *Jornal do Comércio,* do Rio de Janeiro, começou a publicar as crônicas de Francisco Otaviano de Almeida Rosa, em 1852, iniciava um novo gênero literário e jornalístico no Brasil.

José de Alencar foi o escritor que deu o melhor tratamento literário à crônica nessa época. A partir de 1859, Machado de Assis retrataria a sociedade carioca, escrevendo 614 crônicas.

A crônica social moderna apareceu com João do Rio, pseudônimo de Paulo Barreto. Em sua curta vida (1881-1921) ele soube analisar, com graça e sutileza, a gente carioca e seus tipos característicos.

Dos cronistas brasileiros contemporâneos o que mais se destaca é Rubem Braga. Ele escreveu (e escreve) para diversos jornais e revistas do Rio e São Paulo e tem publicados vários livros de crônicas. Outros cronistas brasileiros apreciados são: Vinicius de Moraes, Sérgio Porto (Stanislaw Ponte Preta), Paulo Mendes Campos, José Carlos Oliveira, Cecília Meireles, José Cândido de Carvalho, Otto Lara Resende, Carlos Heitor Cony, Antônio Maria, Raquel de Queirós e o poeta Carlos Drummond de Andrade.

OS QUE NÃO SABIAM QUE ERAM JORNALISTAS

Antes de aparecer o jornal impresso, já existiam muitos "bicões" que faziam jornalismo, registrando os acontecimentos da sua época. É o caso, por exemplo, de Yu, o Grande, que, ao escrever sobre o monte Heng-Chan, na China, relata um dilúvio, fazendo assim a primeira "reportagem" em 2200 a.C.

Os gregos, que sempre se meteram a conhecer tudo, também fizeram importantes registros considerados jornalísticos, desde a fundação de Atenas até o ano de 354 a.C. Só que eles escreviam na pedra, isto é, nos chamados *mármores de Paros.*

Essas "reportagens" antigas tiveram grande importância para o trabalho dos historiadores. Os "repórteres" da Babilônia registraram os acontecimentos públicos de sua época que serviram como fonte para o livro do historiador Berose que, no século III, escreveu *História da Caldéia.*

Os casos fora de série sempre foram o assunto predileto de "jornalistas" de

todas as épocas. Um "repórter" antigo chegou até a gravar nas colunas de Esculápio, em Epidauro, cidade da Grécia antiga, um relato de vinte curas milagrosas. Também em alguns fragmentos arqueológicos dos maias (índios da América Central), dos primitivos habitantes da ilha de Páscoa, no Pacífico, ou das cavernas de Altamira (Espanha) foram encontrados conjuntos de sinais que relatavam certos episódios bem à moda jornalística.

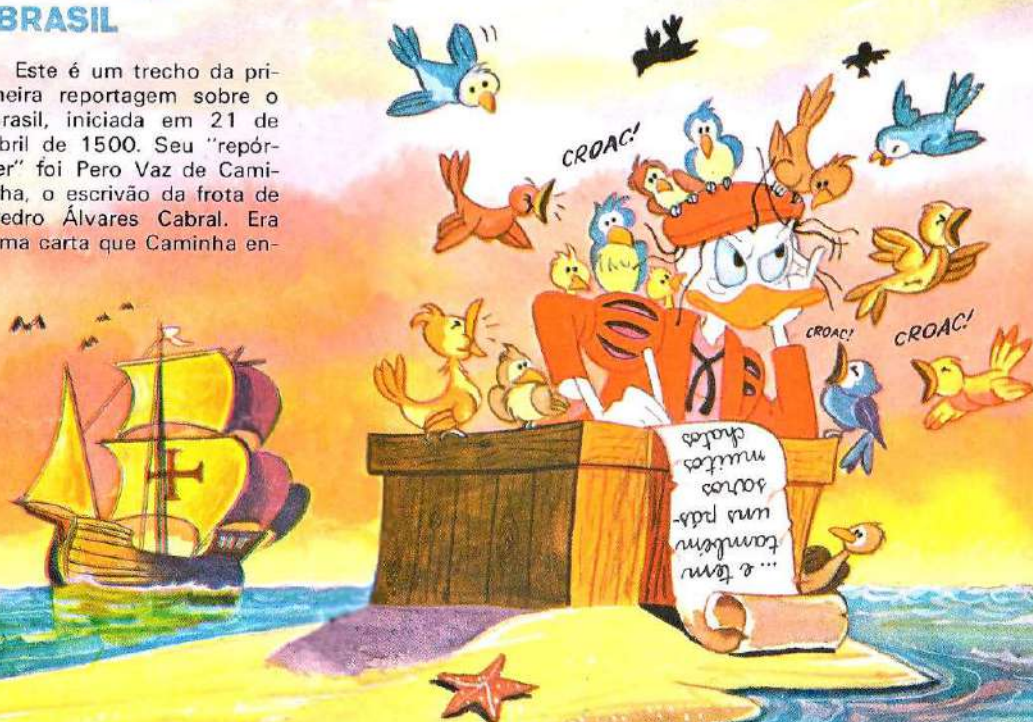
Mas o mais ilustre "jornalista" da Antiguidade foi provavelmente, o imperador Júlio César que, ao redigir os *Comentarii de Bello Gallico (Comentários sobre a Guerra da Gália)*, fez a cobertura da conquista romana da Gália (França).

A PRIMEIRA REPORTAGEM FEITA NO BRASIL

"E assim seguimos nosso caminho, por este mar de longo, até que terça-feira das Oitavas de Páscoa,[1] que foram 21 dias de abril, topamos alguns sinais de terra (...) E quarta-feira seguinte, pela manhã, topamos aves a que chamam fura-buxos. Neste mesmo dia, a horas de véspera,[2] houvemos vista de terra. A saber, primeiramente de um grande monte, muito alto e redondo; e de outras serras mais baixas ao sul dele; e de terra chã,[3] com grandes arvoredos; ao qual monte alto o capitão pôs o nome de Monte Pascoal, e à terra, Terra de Vera Cruz."

Este é um trecho da primeira reportagem sobre o Brasil, iniciada em 21 de abril de 1500. Seu "repórter" foi Pero Vaz de Caminha, o escrivão da frota de Pedro Álvares Cabral. Era uma carta que Caminha encaminhava (desculpem o trocadilho) a El-Rei de Portugal, informando-o sobre o andamento da expedição de Cabral.

A carta de Caminha conta direitinho quais foram as primeiras impressões que os descobridores tiveram da nova terra. Relata as explorações iniciais feitas pelos marinheiros ao desembarcarem. Descreve o tipo de vegetação da costa, o relevo, o clima e, especialmente, os primeiros contatos entre portugueses e índios. Enfim, a carta de Caminha é uma perfeita "cobertura" do descobrimento do Brasil, registrando tudo o que aconteceu desde a aproximação da frota de Cabral da nossa terra até o dia 1.º de maio de 1500, quando frei Henrique rezou aqui a primeira missa.

[1] Oitavas = espaço de oito dias consagrados a uma festa religiosa. [2] A horas de véspera = à tarde. [3] Terra chã = terreno plano.

AS PRIMEIRAS ROTATIVAS

Vocês sabiam que já houve época em que se usavam máquinas impressoras movidas a vapor? Pois é. Mas isso foi antes de ser inventada a **rotativa.**

A rotativa é uma máquina enorme que imprime com matrizes curvas, fixadas em cilindros giratórios, usando papel em bobinas. Sua grande velocidade torna-a apropriada à impressão de publicações de alta tiragem. Por isso é utilizada pelas grandes empresas jornalísticas.

A primeira rotativa a funcionar satisfatoriamente, construída pelo americano Richard M. Hoe, começou a imprimir o jornal *Philadelphia Public Ledger* em 1847. Em 1848 o inglês Applegath criou outra rotativa, mais aperfeiçoada, para o jornal londrino *The Times*, e que imprimia 10 000 exemplares por hora, marca notável para a época.

Em 1867 o francês Marinoni construiu uma rotativa que imprimia 34 000 exemplares do *Le Petit Journal* por dia. No século XX, esse progresso técnico da imprensa foi ainda mais acentuado. As rotativas modernas conseguem imprimir, cortar e dobrar centenas de milhares de exemplares de jornal por hora.

A MAIOR EDITORA DA AMÉRICA LATINA

Em junho de 1950 uma nova revista aparecia nas bancas de jornais das maiores cidades brasileiras: *O Pato Donald.* Com esse lançamento, começava também a Editora Abril. A publicação, contendo as divertidas e otimistas histórias de Walt Disney, foi um sucesso e logo a Abril ia fazendo novos lançamentos: *Mickey, Capricho, Quatro Rodas, Zé Carioca, Claudia, Tio Patinhas, Veja, Placar,* etc., até se transformar no que é hoje: a maior editora da América Latina. Só em revistas e fascículos, a Organização Abril publica mais de 20 milhões de exemplares mensais. Se esses exemplares fossem colocados uns sobre os outros dariam uma pilha de 100 000 metros de altura; ou seja, quase duas vezes a distância entre São Paulo e Santos.

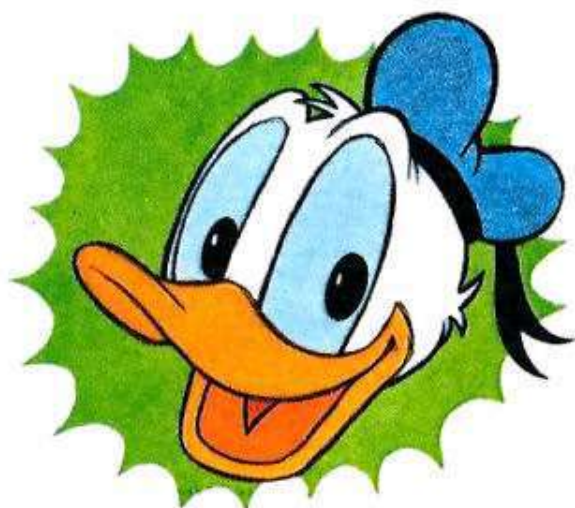
Mas, além de fascículos e revistas, a Abril edita milhões de exemplares de livros didáticos ou obras literárias de natureza diversa e tem colaborado decisivamente para a maior difusão do ensino no Brasil. A produção de material escolar é feita pela Abril Educação

que, em março de 1969, lançou para todo o país, através de mais de 14 000 bancas de jornais, os primeiros livros de ensino editados pela Organização.

A batalha do governo para a alfabetização de milhões de brasileiros também tem recebido a cooperação da Abril. A *Maleta de Alfabetização,* por exemplo, foi utilizada vitoriosamente pelo Mobral (Movimento Brasileiro de Alfabetização). Essa *Maleta* é uma escola portátil para ser usada por um professor e trinta alunos.

Para imprimir suas publicações, a Abril conta com um gigantesco parque gráfico, onde operam máquinas avançadas e são empregadas as mais modernas técnicas de impressão. Esse mundo de tecnologia entrega ao Brasil inteiro (e também a mais de vinte países de língua portuguesa e espanhola) livros, revistas e fascículos que dão educação, cultura e entretenimento a mais de 50 milhões de leitores.

A empresa dispõe de escritórios e correspondentes nas maiores capitais brasileiras e nas principais cidades do mundo. Durante aproximadamente 720 horas por mês, seus teletipos, no Brasil e no Exterior, recebem e transmitem mais de 7 500 000 palavras, o equivalente a um livro de 30 000 páginas. Seus repórteres voam anualmente milhares de horas, em missões jornalísticas por todos os quadrantes do Brasil e do mundo.

Diante da colossal empresa jornalística e cultural e do parque gráfico de hoje, poderíamos dizer, parodiando as palavras ditas por Walt Disney ao ver pronta a fabulosa Disneylândia: "É bom que a gente jamais se esqueça de uma coisa... que tudo isto começou com um pato".

AS PRIMEIRAS REVISTAS

O *Journal des Savants (Jornal dos Sábios),* lançado em 1665, é considerado o "vovô" das revistas. Publicava os resumos de todos os livros importantes da Europa, bibliografia de escritores famosos e artigos sobre filosofia, ciências, literatura, etc.

Denys de Sallo, seu criador, dizia que a revista tinha sido inventada "para o alívio dos que são muito ocupados ou muito preguiçosos para ler livros inteiros".

Depois apareceram as revistas para divertir, como a *Mercurius Jocosus,* em 1654. As primeiras revistas para crianças apareceram no fim do século XIX. *Chatterbox (Falador),* de 1866, foi uma das pioneiras.

AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS

Até que enfim o Tio Patinhas concordou em dar um mês de férias a um redator de *A Patada*. Também, fazia tanto tempo que o coitado trabalhava dia e noite, sem parar um minuto, redigindo a página de política internacional, que o homem estava ficando "lelé". E sabem quem o substituiu? Um repórter que já é meio "lelé" de nascença, o Peninha.

No primeiro dia no exercício da nova função, ele ficou um pouco confuso quando começou a ler os rolos de notícias que chegavam das agências pelo telex. Mas o versátil Peninha logo se adaptou à nova função. E ficou sabendo que seu novo trabalho dependia do material fornecido pelas **agências de notícias**, que se encarregam de coletar e transmitir aos órgãos de imprensa as notícias dos fatos que acontecem no mundo.

As agências de notícias podem ser nacionais ou internacionais. As nacionais operam somente dentro do país de origem e as internacionais cobrem praticamente o mundo inteiro, fornecendo todo tipo de noticiário.

A primeira agência noticiosa foi a New York Associated Press, fundada em 1848, por seis jornais americanos. Em 1892 surgiu a United Press. Essas duas agências recolhiam somente informações sobre os Estados Unidos, que eram distribuídas aos jornais do país. Depois começaram a trocar notícias com agências de outros países.

Durante a Primeira Guerra Mundial, por causa das dificuldades para receber e enviar informações, os alemães fundaram, em 1915, a agência Transocean, que já utilizava o rádio e a radiotelegrafia (telegrafia sem fio) para transmitir notícias.

Após a Segunda Guerra Mundial surgia outra importante agência: a France Presse, francesa.

As agências internacionais são organizações particulares ou pertencentes ao governo e possuem subagências e escritórios nos principais países do mundo. Para que as notícias sejam enviadas com rapidez, contam com modernos aparelhos de comunicação, além de repórteres, correspondentes e informantes. Assim, podem oferecer, a baixo custo, grande volume de informações.

Entre as agências mais importantes de hoje podemos citar as seguintes: AFP (francesa), ANSA (italiana), AP e UPI (americanas), DPA (alemã), Reuters (inglesa), Tass (soviética) e Latin (consórcio de jornais latino-americanos).

PERGUNTAS E RESPOSTAS : ASSIM SE FAZ A ENTREVISTA

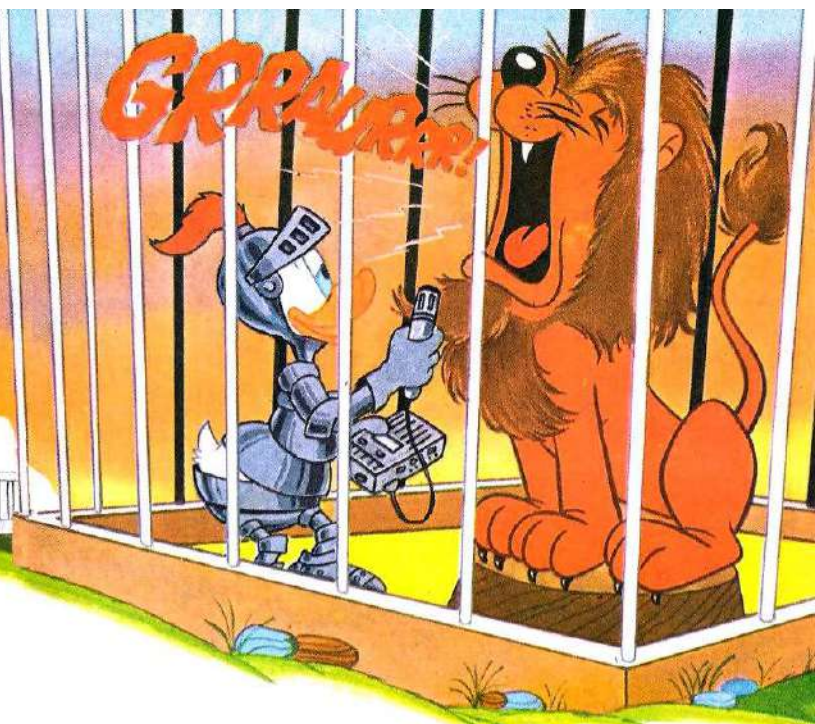
Huguinho, Zezinho e Luisinho voltaram da escola entusiasmados. É que tinham uma tarefa importante para aquela tarde: entrevistar o prefeito de Patópolis para o jornalzinho do colégio. Antes disso, foram consultar o tio Donald, que lhes ensinou tudo o que sabia sobre entrevistas. E começou falando difícil:

— **Entrevista** é a técnica de se obter matérias de interesse jornalístico por meio de perguntas formuladas a uma pessoa . . .

Quando percebeu que os meninos queriam uma explicação mais simples, ele completou:

— Bem, pessoal, numa entrevista, o entrevistado responde a perguntas sobre determinados assuntos que o jornalista quer saber. O repórter pode anotar o que o entrevistado disser, ou gravar a entrevista . . .

Donald estava mesmo "por dentro". E deu até dados históricos sobre o assunto:

— A entrevista surgiu em 1836, com James Gordon Bennett, que publicou no jornal *The Herald*, de Nova York, as declarações de uma mulher que era notícia na época. Mas o primeiro repórter que utilizou o sistema de perguntas e respostas foi Horace Greeley, que entrevistou Brigham Young, fundador de uma religião, para o *Herald Tribune*, de Nova York. Alguns historiadores, contudo, acham que o criador desse gênero jornalístico foi Joseph McCullagh, o primeiro a usar a entrevista com grande sucesso, no jornal *Globe Democrat*, de St. Louis, Estados Unidos.

Puxa, não é que o Donald estava mesmo com muito boa vontade?! E os meninos resolveram até abusar um pouquinho:

— E o que é **entrevista coletiva**, tio Donald?

— É a entrevista concedida geralmente por personalidades importantes a representantes de vários órgãos noticiosos ao mesmo tempo. Um grupo de jornalistas reúne-se para fazer perguntas e fotografar o entrevistado, que pode ser um artista famoso, um ídolo do esporte, um cientista, um estadista, um representante do governo que deseja comunicar algo de interesse do povo, etc.

Caderno e lápis na mão, mal os meninos acabaram de ouvir a explicação do Donald, saíram correndo rumo à casa do prefeito para entrevistá-lo . . .

ASSINATURA DE "A PATADA"

O pessoal de *A Patada* estava em plena atividade, quando, de repente... BLAM! — um sujeito incrível, aparência de caipira, de imensa barba e espingarda na mão, abriu e bateu violentamente a porta da redação... e foi entrando. Era o Urtigão, um eremita lá das montanhas, muito excêntrico e estourado. Mas ele tinha vindo em missão de paz: queria apenas fazer uma assinatura do jornal *A Patada*.

Ao ouvir falar em assinatura, o Tio Patinhas logo apareceu, como por magia. Estendeu uma folha de papel para o Urtigão e disse-lhe que era só assinar, dar seu nome e endereço e... pagar, claro. Após duas horas de pacientes esforços, Urtigão conseguiu escrever o endereço e apor sua assinatura no documento. Só que o endereço dele era no morro do Gambá, lááá nas montanhas...

— Mas é muito longe! — observou o Tio Patinhas.

— "Craro" — respondeu o matuto —, mas acontece que é lá que eu moro, uai!

— É, mas vai ficar **caro** entregar o jornal tão longe — comentou Tio Patinhas, já sentindo uma "dor" no bolso.

Então o Peninha, querendo tirar o velho pão-duro daquela enrascada, deu um palpite:

— Já resolvi a questão: é só o Urtigão assinar outro jornal.

Pra que foi ele dizer aquilo?! Tio Patinhas deu um pulo da cadeira, arrepiando todas as suas penas.

— QUAC!! E perder um assinante? Nunca!

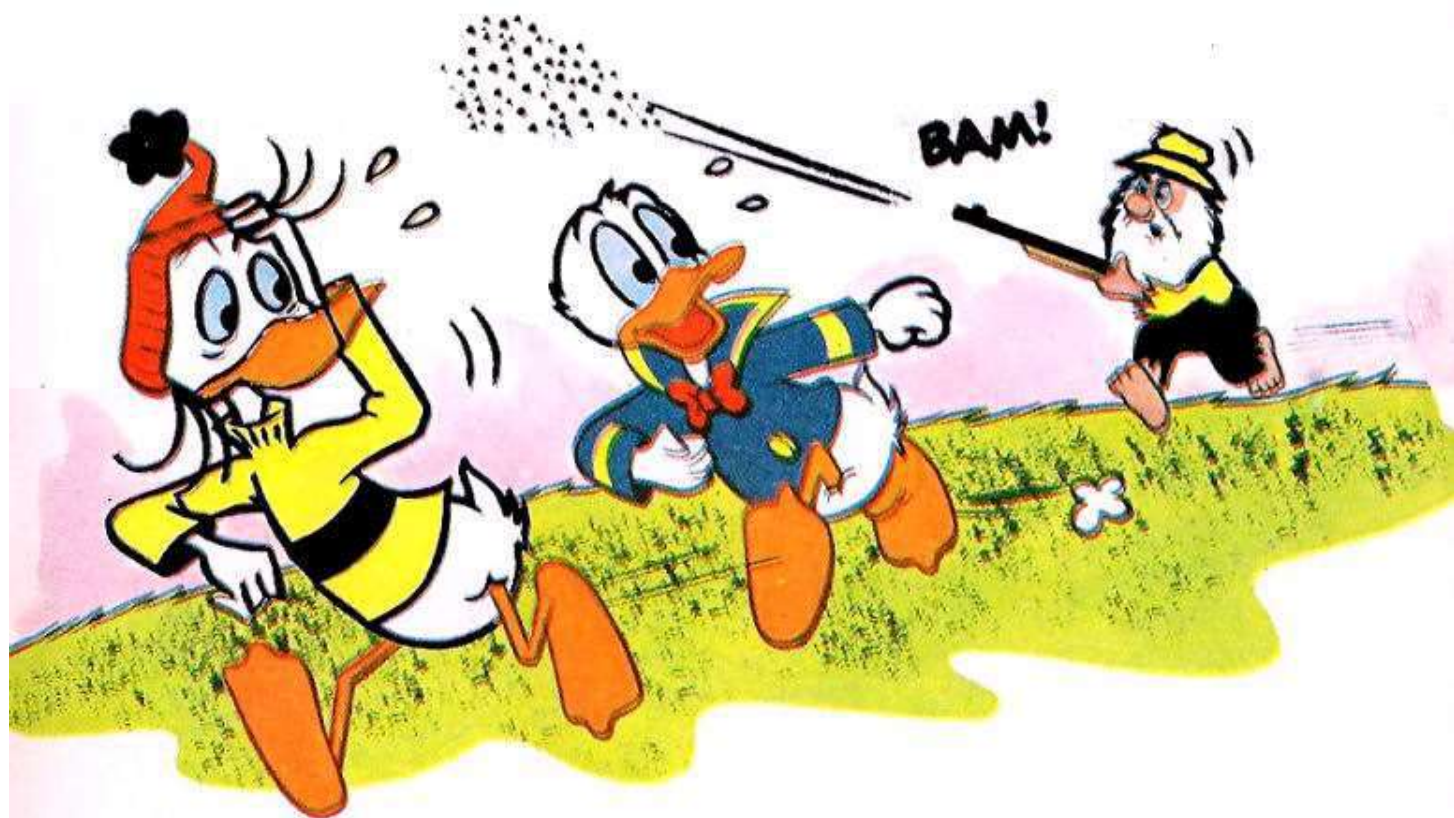
Acalmando-se, ele pensou numa solução para o problema. Logo deu outro pulo da cadeira, desta vez de entusiasmo.

— Já sei! Donald e Peninha, **vocês** dois entregarão o jornal a este assinante; além de fazerem seus trabalhos normais, é claro!

No dia seguinte, lá se iam os dois patos pela estrada, levando *A Patada* ao Urtigão. E durante a viagem, que durou três horas, Donald ia xingando o Peninha:

— Por sua causa pegamos este "abacaxi"! Ainda por cima, o Urtigão é muito esquentado. Por qualquer coisinha ele quer arrancar nossas cabeças.

Assim que se aproximaram do casebre do Urtigão, o Peninha, com medo de chegar mais perto, atirou o jornal e... CRÁS! — acertou a vidraça da janela, que ficou em cacos.

Urtigão saiu feito uma fera, já de espingarda na mão, vociferando ameaças. Para acalmá-lo, o Peninha resolveu dar-lhe um exemplar extra, atirando-o... mas desta vez acertou a boca do Urtigão. O matuto ficou tão furioso que mastigou o jornal inteirinho e saiu dando tiros na direção dos dois entregadores, que trataram de correr.

Horas depois, quando chegaram de volta à redação de *A Patada,* arrastando-se de tão cansados, contaram ao Tio Patinhas os apuros por que passaram.

— Não tem problema — disse o diretor. — O primeiro dia é sempre duro. Logo vocês se acostumam.

Donald e Peninha pediram demissão na hora. Acostumar-se a levar tiros não era para qualquer entregador...

A REPORTAGEM E O REPÓRTER

Uma tarde, um grupo de estudantes da classe de Chiquinho e Francisquinho foi visitar a redação de *A Patada*. É que eles precisavam fazer um trabalho sobre **reportagem** e queriam conversar com um repórter.

O Peninha foi encarregado de atender os meninos e ficou muito satisfeito:

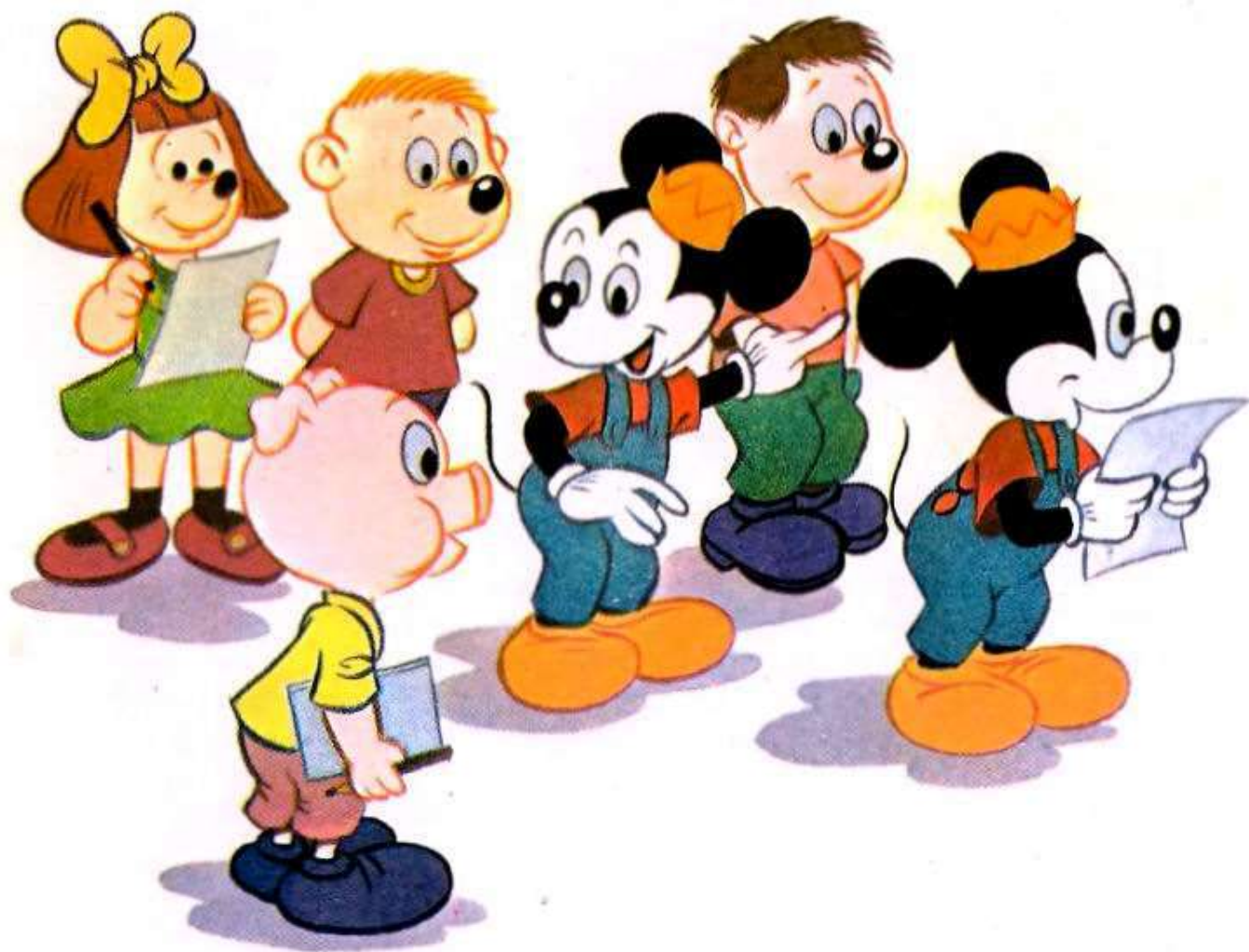
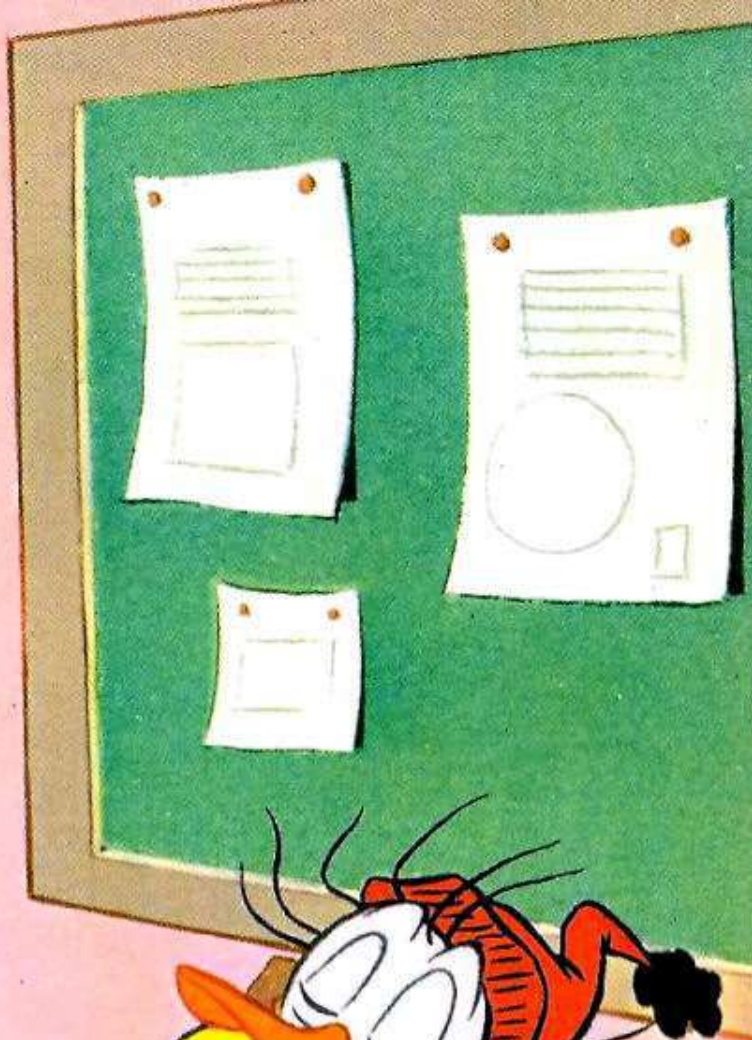
— Oba! Desta vez o entrevistado sou eu!

Quando ele começou a falar sobre a reportagem, os estudantes ficaram admirados. Não é que aquele pato meio maluco estava "afiado" em assuntos jornalísticos?

— Reportagem — começou a falar — é o relato jornalístico de um fato ou acontecimento de interesse público, relato esse feito através de um órgão de imprensa (jornal, revista, rádio, televisão ou cinema). E para contar o que houve o repórter usará da **palavra,** escrita ou falada, e da **imagem,** fotografada, filmada ou transmitida pela televisão.

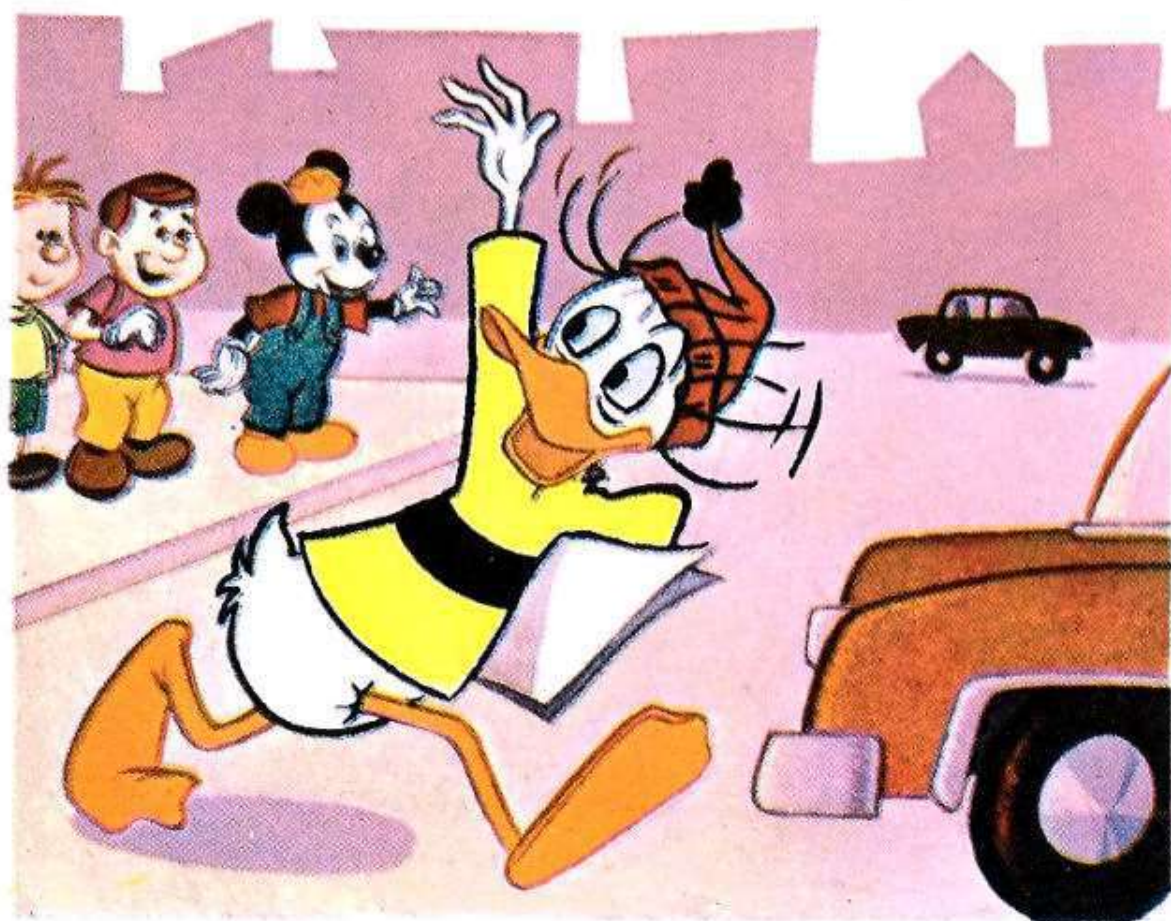
— E como trabalha o repórter? — perguntou o Chiquinho, muito interessado no assunto.

— O repórter — continuou o Peninha — é o jornalista de campo, que se des-

loca aos mais diversos locais, à cata de notícias. Por exemplo, se eu for encarregado de fazer a reportagem de um acidente automobilístico, tenho de ir ao local da ocorrência, procurar saber a causa, se houve vítimas e quais, como aconteceu tudo; ouvir o depoimento de pessoas que assistiram ao acidente, e assim por diante. Por isso um repórter deve ser dinâmico e cheio de iniciativa para colher todos os detalhes de um fato. E — é lógico — tem de saber escrever bem para contar, de forma clara e interessante,

tudo o que aconteceu.

— Cada reportagem é feita por um só repórter? — perguntou Francisquinho.

— Dependendo do assunto — explicou o Peninha —, uma reportagem pode ser feita por um único repórter ou por vários. O trabalho jornalístico de equipe é necessário quando o assunto a ser coberto é amplo. Por exemplo, para fazer a cobertura do carnaval carioca, jornais e revistas mandam equipes de repórteres e fotógrafos que registram tudo o que de interessante pode acontecer na ocasião em diferentes pontos da cidade. Para finalizar o papo, quero acrescentar que os órgãos de imprensa possuem repórteres especializados para assuntos específicos: notícias policiais, esportivas, etc. Além desses, há os correspondentes, que mandam notícias de lugares distantes.

Depois que os estudantes se despediram, o "mestre" Peninha chamou um fotógrafo, pegou um carro do jornal e saiu rumo ao aeroporto para cumprir a sua tarefa do dia: entrevistar a famosa atriz Brigitte Bardal, que estava chegando a Patópolis.

JORNAIS PIONEIROS DAS AMÉRICAS

O primeiro jornal que apareceu no continente americano foi o *Public Occurrences, both Foreign and Domestic (Ocorrências Públicas, tanto Locais como Estrangeiras)*, editado em 1690 na cidade de Boston. Mas os americanos consideram o *Boston News Letter*, publicado em 1704, como o verdadeiro início do jornalismo nos Estados Unidos.

Em segundo lugar vem a *Gaceta de Guatemala*, cujo aparecimento se deu em 1729, na Guatemala. No mesmo ano era lançado no Equador o primeiro número de *Primicias de la Cultura de Quito*. Em 1735 foi a vez da *Gaceta de Santa Fé y Bogotá, Capital del Nuevo Reino de Granada*, na Colômbia.

(Como se vê, naquele tempo não só as pessoas, mas também os jornais tinham nomes bem compridinhos.)

Todos esses periódicos eram semanais. Em 1743, porém, é inaugurada no Peru a *Gaceta de Lima*, que se torna o primeiro jornal diário da América. O México lança em 1772 a *Gaceta de México y Noticias de Nueva España*. Em 1790, o aparecimento de *El Papel Periódico*, de Havana, marca o início do jornalismo em Cuba. Já na Argentina o *Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico y Historiógrafo del Rio de la Plata* surge em 1801, anos antes de aparecer no Brasil (1808) a *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Foi nos Estados Unidos, porém, que o jornalismo se desenvolveu mais rapidamente. Em 1725 existiam apenas quatro jornais. Meio século depois, no entanto, já havia 37, alguns com seis páginas de texto. E nessas páginas históricas já surgiam os primeiros anúncios. Ao raiar o século XIX, o número de periódicos no país já havia subido para 359.

A "MEMÓRIA" DO JORNAL

O Presidente da República ia visitar Patópolis para a inauguração de uma grande indústria. Tio Patinhas decidiu então fazer uma edição especial e chamou o Peninha:

— Descubra quantas vezes nossa cidade foi visitada por Presidentes e o que aconteceu nessas visitas. Quero também tudo sobre a vida do atual Presidente da República.

Vocês pensam que o Peninha fez uma matéria sem pé nem cabeça? Nada disso. Ele simplesmente foi até o **arquivo** do jornal e encontrou tudo o que estava procurando.

O arquivo de um jornal ou revista fornece dados para os redatores escreverem corretamente suas matérias. Compõe-se de fichários com biografias, coleções de periódicos, mapas, fotos, microfilmes (fotos bastante reduzidas de documentos e páginas de livros). É um setor tão importante para um órgão da imprensa que o arquivista é relacionado como jornalista.

Alguns jornais e revistas possuem também departamento de pesquisa, que reúne dados e informações para assessorar **a redação**.

Esses departamentos já caminham também para a automação, isto é, para o uso de computadores. No jornal *The New York Times*, quando o repórter quer uma informação, bate nas teclas da máquina perguntando o que deseja saber e aguarda uns minutos. Logo a informação aparece no vídeo de um televisor. Se o computador não estiver programado para aquela pergunta, o repórter consulta então a biblioteca do jornal.

Por tudo isso podemos dizer que o arquivo funciona como a "memória" de um jornal.

LUZES, CÂMARA, AÇÃO: É O TELEJORNAL

O primeiro passo que Neil Armstrong deu na Lua foi visto, **na mesma hora**, por milhões de telespectadores da Terra. Era um grande passo, também, no progresso dos meios de comunicação. Para saber o que se passava num lugar tão distante, o homem não precisava mais esperar pelas edições dos jornais.

A televisão deu ao jornalismo a transmissão de imagem, som e movimento, de forma instantânea. Uma notícia dada pela TV chega várias horas na frente do jornal. Por isso a televisão revolucionou a reportagem.

A técnica do telejornal é informar mostrando. Enquanto as câmaras captam as imagens, o locutor vai narrando o que acontece ou fazendo comentários para orientação do telespectador. Também se pode apresentar a notícia e ilustrá-la com diapositivos, fotos, mapas, desenhos e radiofotos. Outros recursos do telejornalismo são as telecâmaras portáteis e as gravações.

Uma das vantagens da TV é a possibilidade de se interromper um programa e transmitir ao vivo, diretamente do local, um acontecimento no mesmo instante em que ele está ocorrendo. Por isso é o meio de comunicação de massa mais rápido e dinâmico.

GRANDES REPÓRTERES

AMBROSE BIERCE

Dod Grile era um nome famoso na fase áurea da imprensa americana. Era o pseudônimo de um jornalista irônico e irreverente, chamado Gwinett Ambrose Bierce, que nasceu no Oregon em 1842. Bierce viveu a sua infância numa fazenda e, durante a Guerra Civil, serviu na infantaria. Em 1866 foi para San Francisco, onde ganhou fama ao colaborar nos jornais *Argonaut* e *News Letter.* De 1872 a 1876, trabalhou como jornalista na Inglaterra. Quando retornou a San Francisco, escreveu para vários jornais, mas destacou-se no *San Francisco Examiner,* onde permaneceu nove anos. Em 1897 tornou-se correspondente do *New York American,* em Washington. Desiludido do resultado de seus trabalhos, Bierce abandonou o jornalismo e foi morar no México, onde morreu em 1914.

RICHARD H. DAVIS

Nascido nos Estados Unidos em 1864, Richard Harding Davis foi o mais popular repórter de sua geração. Foi repórter do *Philadelphia Record* e em 1890 tornou-se editor-chefe do *Harper's Weekly.* Em missão desta revista correu o mundo inteiro, sempre observando e escrevendo sobre o lado dramático e emocional dos fatos. Foi também escritor. *Soldados da Fortuna* foi uma de suas novelas de maior sucesso. Escreveu também cerca de 25 peças teatrais, obtendo aplausos para muitas delas. Mas foi sempre um jornalista em tudo o que escrevia, sabendo salientar o colorido das situações. Faleceu em Nova York em 1916, mas seu nome é até hoje lembrado como o de um dos mais talentosos repórteres da história do jornalismo.

LINCOLN STEFFENS

Lincoln Steffens foi um dos jornalistas americanos mais combativos. Nasceu em San Francisco em 1866. Começou como repórter da revista *Saturday Evening Post* e, em 1901, encontrava sua vocação como repórter-editorialista no *McLure's Magazine*. Com seu estilo seco e direto, soube mostrar os erros da sociedade americana. Denunciou a corrupção e a violência que se escondiam por trás do grande progresso da nação. Lutou sempre contra as injustiças sociais. Seu estilo jornalístico iria influenciar escritores que depois se tornariam famosos, como John dos Passos, Howard Fast e Mary McCarthy. Lincoln Steffens faleceu em 1936, após ter cumprido brilhantemente a sua missão de jornalista.

EDWARD MOWERY

Edward Joseph Mowery foi um autêntico repórter-detetive. Não acreditando na culpabilidade de um homem que fora condenado por um crime de morte, Mowery investigou o caso durante sete longos anos, até que conseguiu provar a inocência do condenado. Suas reportagens em defesa do réu provocaram tamanho impacto na opinião pública americana, que ele até ganhou o Prêmio Pulitzer em 1953. Mowery nasceu nos Estados Unidos em 1906 e morreu em 1970. Foi repórter do *World Telegraph and Sun*, diário de Nova York, de 1942 a 1954. Merece destaque também a coluna diária que Mowery redigiu na década de 60 para ser publicada por um sindicato jornalístico americano.

JEAN LACOUTURE

Jean Lacouture, nascido na França em 1921, sempre se destacou na imprensa mundial por ser um repórter que interpretava os fatos com grande objetividade, sem tomar partido. Formado em direito e ciências políticas, começou a trabalhar como jornalista em 1950, no *Combat.* Em 1953 era correspondente do jornal *France Soir* no Cairo. Era uma época em que o Egito vivia dias agitados com a queda da monarquia e a ascensão do presidente Nasser. Em 1956, quando forças inglesas, israelenses e francesas invadiram Suez, Lacouture teve que deixar seu posto. Mas no ano seguinte era o principal repórter do jornal *Le Monde.* A partir de 1965, seus artigos sobre política mundial tornaram seu nome internacionalmente famoso e respeitado.

LUCIANO CARNEIRO

Para o repórter Luciano Carneiro, jornalismo não era apenas uma profissão, mas uma aventura. Nascido em Fortaleza em 1926, começou a trabalhar na imprensa cearense aos 16 anos. Em 1949 tornou-se repórter da revista *O Cruzeiro,* do Rio, onde permaneceu cerca de dez anos, cumprindo sua missão de repórter e fotógrafo, que lhe possibilitou viajar por todas as partes do mundo para fazer cerca de quinhentas reportagens. De seu trabalho salientaram-se as reportagens sobre a guerra da Coréia (onde correu grandes riscos na missão de bem informar o seu público), o presidente iugoslavo Tito, a coroação da rainha Elizabeth e o cangaceiro Lampião. Morreu jovem, aos 31 anos, num desastre de avião, mas seu nome e sua obra ficaram na imprensa brasileira como um modelo de repórter.

JORNALISMO FOFOQUEIRO

Quando Ibraim Sá Pato, redator da coluna social de *A Patada*, ficou doente, o Peninha teve que substituí-lo. E divertiu-se descobrindo muitas fofocas.

A coluna social é aquela seção do jornal que traz notícias sobre pessoas da alta sociedade, registrando viagens, festas, mexericos, vida sentimental de celebridades, novidades da moda, etc.

O repórter social trabalha em equipe, liderado pelo cronista responsável pela coluna. Antigamente essa seção era apenas um registro discreto de casamentos, nascimentos, etc. Mas, com a influência de alguns jornalistas interessados em descobrir fofocas, a coluna social começou a publicar notícias indiscretas.

O Peninha não se saiu bem como colunista social e sua carreira no gênero ficou por aí. Vejam se tem cabimento essa primeira notinha que publicou na seção:

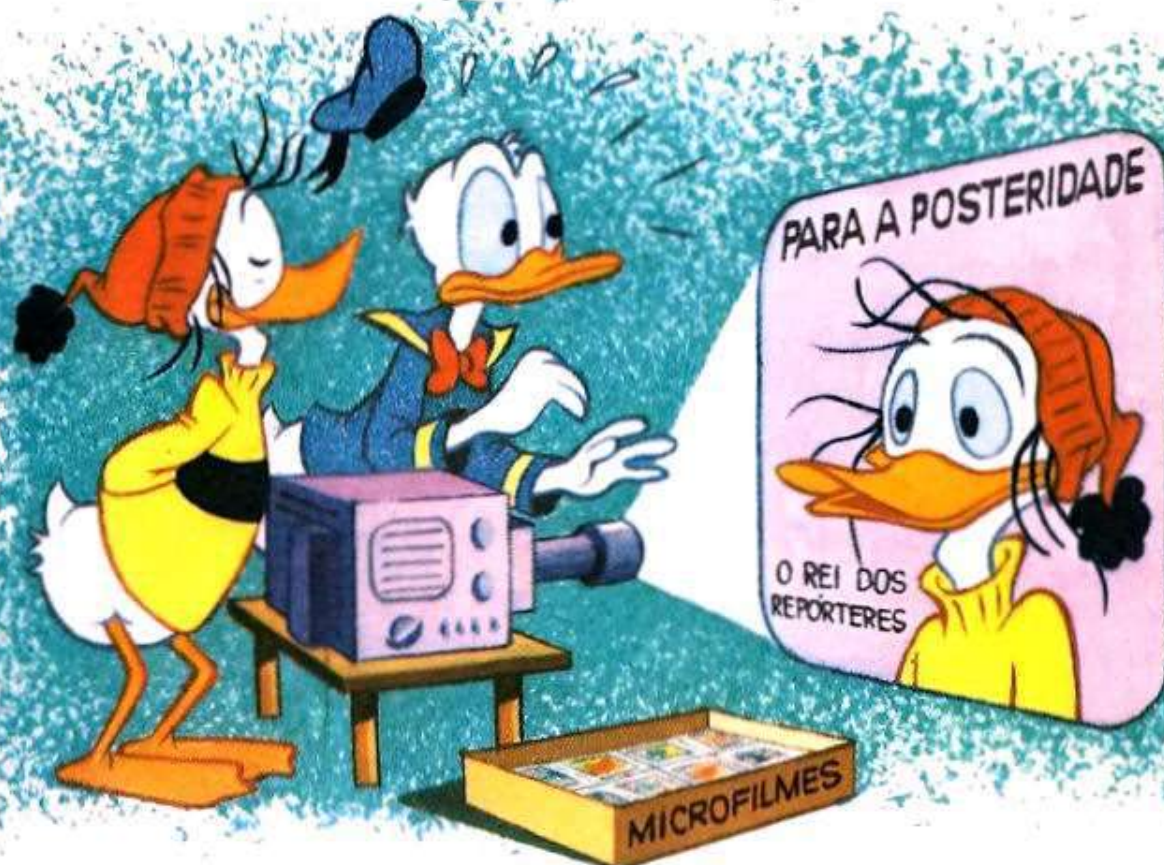
"Foi um barato o banquete na mansão do casal Dendeco d'Almeida, de volta de transas pela Europa. O banquete de duzentos talheres constou só de 134, porque os outros desapareceram inexplicavelmente. De leve. Mas a coisa esquentou mes-

mo foi quando a duquesa de Jacutinga deu por falta de seu colar de pérolas. Aí a cana baixou e levou a galera toda. Quando o colar e a prataria apareceram na casa do comendador João Sem Braco, no vizinho município de Sorocamonhangaba, ele alegou que fora uma brincadeira. Mas o majorengo não foi na onda e mandou guardar o cara, dizendo que era levar a brincadeira muito longe. Fora isso, o banquete foi o acontecimento da temporada. Stop. Blim, blim! Ademã".

O MICROFILME NA IMPRENSA

Num arquivo de apenas 90 centímetros cúbicos estão guardados em Londres todos os acontecimentos jornalísticos importantes dos últimos duzentos anos da história da humanidade. É a coleção do jornal inglês *The Times*, com mais de 50 000 exemplares microfilmados em pequenos rolos.

Mais de 30 000 metros de microfilmes de 50 milímetros foram feitos pelos técnicos, com equipamentos e filmes especiais que conseguiram reduzir quase cem vezes o tamanho da coleção do famoso jornal londrino.

A imprensa está usando cada vez mais o sistema de microfilmes para arquivar suas coleções. Guardar exemplares originais das publicações sempre foi um problema, agora superado com o microfilme, que traz vantagens como a economia de espaço e a melhor conservação dos periódicos.

...E O JORNAL GANHOU UM RIVAL

Um **novo brinquedo** — foi o que muitos pensaram quando viram pela primeira vez aquela caixinha misteriosa que falava: o **rádio.** Embora inventado em 1896, foi somente depois da Primeira Guerra Mundial que o rádio se popularizou. E nos Estados Unidos e Europa começaram a ser transmitidos os primeiros programas com discos e artistas amadores.

Mas o marco histórico do uso do rádio como veículo de comunicação de massa foi a transmissão dos resultados da eleição presidencial americana, em 1920. Era o início da radiodifusão. Depois, em 1931, 300 000 pessoas ouviram a irradiação da luta de boxe entre Dempsey e Carpentier. Com as primeiras transmissões desse tipo, **narrando o fato enquanto ele acontece,** o rádio tornou-se um importante veículo de imprensa. O jornal havia ganho um sério concorrente.

A partir daí, todos que-

riam ter o seu rádio e isso foi expandindo a nova indústria. As estações já existentes começaram a transmitir programas, primeiro com artistas amadores, depois com profissionais. Logo, o rádio era usado também na divulgação de anúncios comerciais e propaganda política.

Com as radionovelas, programas humorísticos e de variedades, o rádio ia-se popularizando cada dia mais. Nos países mais adiantados, ele serviu para educar o gosto do público, difundindo a boa música.

Quando apareceu a televisão, o prestígio do rádio ficou um pouco abalado. Mas o rádio provou que pode e deve sobreviver, inovando-se e adaptando-se às novas circunstâncias. No Brasil, por exemplo, o rádio ainda é importante, porque em certas regiões distantes é o único veículo de comunicação que consegue chegar, informando e divertindo a população.

UMA RUA SÓ PARA OS GRANDES JORNAIS

Parece que os ingleses adoram estar sempre bem informados, no que, aliás, estão certos. A imprensa lá tem uma importância tão grande que em Londres existe até uma rua, a Fleet Street, onde se localizam os edifícios dos maiores jornais: *Daily Telegraph, Daily Express* e *The Times*. Essa rua é muito "badalada" por ser um centro dos maiores debates sobre acontecimentos políticos da Inglaterra e do mundo. Por ela transitam jornalistas e escritores famosos. Charles Dickens e Graham Greene, dois escritores ingleses, fizeram ponto na Fleet Street.

UM FURO NA NEBLINA

Patópolis tinha amanhecido coberta por uma terrível neblina. Segundo o serviço meteorológico, era a maior já acontecida na história da cidade. Do alto do seu prédio, Tio Patinhas tentava avistar a cidade, em vão: tudo que via era um espesso mar de nuvens brancas encobrindo tudo. Donald, que é meio criançāo, até que estava achando a coisa divertida: afinal, não era todo dia que Patópolis ficava com aquela aparência de bolo de noiva, todo coberto de chantili... Mas Tio Patinhas é que não estava achando graça alguma: dava-lhe aflição olhar para longe e não ver suas fábricas, suas cadeias de supermercados e seus bancos! E o pior de tudo é que o Peninha não aparecia. Havia muito trabalho para ele e Donald: reportagens, fotos, enfim, uma cobertura total daquele nevoeiro histórico. Afinal, para isso é que eles eram repórteres de *A Patada*, o jornal mais vibrante da cidade.

O fato é que o Peninha queria ir para o trabalho (especialmente porque era dia de pagamento), mas não conseguia enxergar um palmo diante do nariz! A neblina era tanta que, quando ele foi retirar seu carro da garagem, saiu guiando... sua bicicleta!

Ao ver a besteira que havia feito, Peninha achou que o jeito era seguir em frente. Logo depois, passava diante da joalharia H. Estética e ficou dana-

do porque não conseguiu avistar as lindas jóias que ele sempre contemplava na ida ao trabalho. Outra coisa que o Peninha também não viu devido ao nevoeiro foi que o ladrão Onze Dedos saía da joalharia com uma valise cheia de jóias que tinha acabado de roubar. E o Onze Dedos era tão cara-de-pau e se sentia tão seguro, acobertado pela neblina, que ainda pediu carona ao Peninha. Ao ver o brutamontes pela frente, Peninha nem teve coragem de dizer "não", e logo o ousado larápio fugia, viajando na garupa da bicicleta.

— Mais rápido! — ordenava ele. — Vamos, aproveite, que ninguém tá mesmo vendo os sinais de trânsito!

Apavorado, Peninha começou a correr feito doido, quando, de repente . . . CATAPLAF! — bateram em cheio no reforçado guarda Paulão, que tomava conta da portaria do edifício Patinhas! Voou jóia para todo lado, enquanto os três acidentados viam estrelinhas, apesar do nevoeiro.

Ouviu-se, então, o grito do Tio Patinhas ordenando:

— Paulão, prenda esse assaltante! Ele roubou um montão de jóias. Eu vi tudo, lá de cima!

Pois é, amigos, quando se trata de objetos de valor, Tio Patinhas é fogo: vê jóias a distância, até no pior nevoeiro da história de Patópolis! E ainda conseguiu, para *A Patada,* um "furo" jornalístico sobre o assalto . . .

Apesar de saber que a edição de *A Patada* se tinha esgotado nas bancas, Tio Patinhas estava irritado. É que o Peninha havia feito uma reportagem dizendo que um disco-voador pousara no sítio da Vovó Donalda. A notícia não só descrevia as características do misterioso objeto voador, como informava detalhadamente sobre os tripulantes: como eram, quantos eram, o que faziam, etc. Graças a isso, o jornal foi mais vendido, naquele dia, do que de costume.

Mas a notícia era falsa. O tal disco-voador era feito de papelão pintado para o filme *O Planeta dos Marrecos*. Na pressa de dar um "furo", e com medo do estranho "veículo" e seus tripulantes, o Peninha apenas olhou de longe e rapidamente, sem averiguar direito os fatos e, sem querer, deu a notícia falsa.

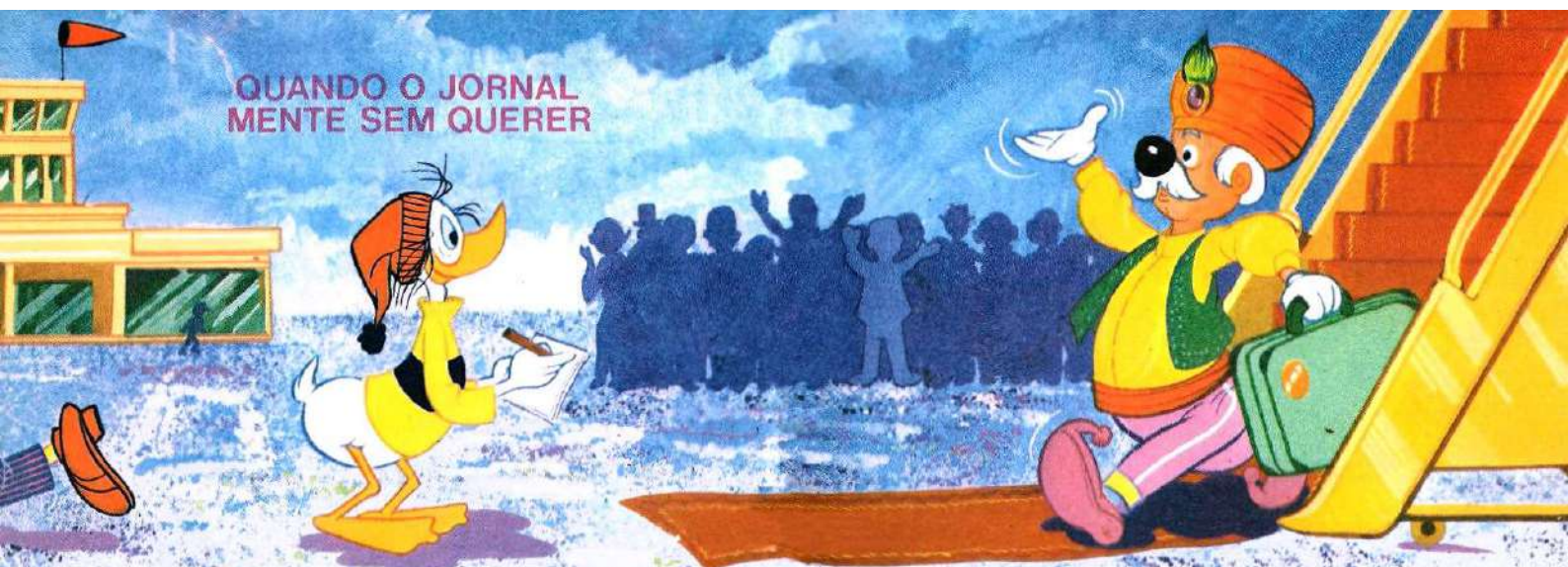
Foi um escândalo em Patópolis. Toda a cidade acusava *A Patada* de estar apelando para a **imprensa amarela** . . .

— I — imprensa amarela? — gaguejou o Peninha. — Mas o nosso jornal é tão branquinho!

— Engraçadinho! — berrou o Tio Patinhas. — Você bem sabe que imprensa amarela é um termo depreciativo para designar a imprensa sensacionalista, de idoneidade duvidosa, que até inventa notícias para vender jornal!

O termo **imprensa amarela** apareceu em 1893, nos Estados Unidos, quando o jornal *New York World* instalou uma impressora a cores. Benjamin Ben-Day, um dos técnicos do jornal, quis testar a máquina imprimindo em cor amarela o camisolão de um herói de história em quadrinhos que se tornaria famoso com o nome de *Yellow Kid*. Logo o jornal se tornava popular por causa das histórias em quadrinhos e das cores, desagradando, porém, certos leitores conservadores que achavam que a popularização do periódico tinha sido conseguida à custa de sensacionalismo. A partir daí, começaram a chamar de imprensa amarela o jornalismo que apela para notícias duvidosas ou falsas para fazer furor e impressionar o público.

No Brasil, **jornalismo marrom** é sinônimo de imprensa amarela. Tudo é apenas questão de cor, pois o conteúdo é o mesmo . . .

QUANDO O JORNAL MENTE SEM QUERER

No início de sua carreira de repórter, o Peninha, em vez de dar "furos", dava "foras". O maior deles foi a notícia da chegada a Patópolis do presidente de Marrecos, Al-Kazo. Quando o avião do presidente chegou, Peninha viu descer um excêntrico cavalheiro de túnica e turbante e acompanhou toda a sua trajetória pela cidade. No dia seguinte, *A Patada* publicou na primeira página a notícia da chegada do presidente. Só que quem tinha chegado mesmo era o ator de cinema Henry Fundo, que estava caracterizado de sultão para fazer um filme. O presidente Al-Kazo tinha adiado sua visita.

Isso é o que se chama, na gíria jornalística, de **barriga**. É a notícia falsa, geralmente uma grande "mancada", publicada de boa fé pelo jornal.

As "barrigas" podem até tornar-se casos famosos. Mas, às vezes, causam confusões, como a que anunciou o término da Segunda Guerra Mundial 24 horas antes de ser assinado o tratado de paz. Vários jornais "engoliram" a notícia falsa que um informante passara por brincadeira.

Em 1927 aconteceu na França outra "barriga" famosa. Dois meses antes de o coronel Lindbergh realizar a histórica travessia aérea do Atlântico Norte, os pilotos Nungesser e Coli tentaram fazer a mesma viagem. Dias depois que eles tinham partido, os jornais franceses anunciavam o triunfo dos pilotos em Nova York, mostrando fotos da chegada dos aviadores. Só que, um dia depois, os mesmos jornais tiveram que desmentir a notícia: os pilotos tinham morrido no oceano, no meio da travessia.

Ainda na França, houve em 1972 outra "barriga", quando o ator Maurice Chevalier se encontrava doente. Foi publicada a notícia de sua morte, bem como as últimas palavras do ator dirigidas ao seu público. Mas ele só morreu dias após ter sido "morto" pela imprensa . . .

Nem o papa escapou à "barriga", quase sempre provocada pela precipitação do repórter. Dizem que, quando João XXIII estava gravemente enfermo, vivendo seus últimos momentos, uma emissora de televisão interrompeu sua programação normal para anunciar que o papa tinha falecido. Passou-se, então, um retrospecto de sua vida. Eis que, alguns minutos após, aparece novamente o locutor para anunciar:

— Senhoras e senhores, lamentavelmente o papa não morreu.

Coisas que acontecem, às vezes, na imprensa . . .

"PAPARAZZO", O FOTÓGRAFO INDISCRETO

Peninha tinha ido à estréia mundial do filme *Eu me Chamo TNT*, estrelado pelo famoso galã Omar Xerife. Sua missão era fotografar as celebridades que compareceriam ao cinema. Quando o astro Omar Xerife apareceu, foi aquela confusão. Os fãs caíram em cima dele e tanto o chacoalharam que sua dentadura saltou da boca. Nesse exato momento, o Peninha — clic! — bateu uma foto sensacional.

No dia seguinte, a foto saiu na primeira página de *A Patada* e a edição esgotou. Tio Patinhas, com um sorriso cheio de cifrões, cumprimentou o Peninha:

— Parabéns! Você é um autêntico "paparazzo"!

Peninha ficou sabendo depois que "paparazzo" é o apelido que os italianos deram ao repórter que fotogra-

fa gente famosa em momentos embaraçosos. Ele é geralmente um sujeito muito cara-de-pau, que enfrenta a raiva das celebridades que se vêem fotografadas à traição, quando estão fazendo algo fora do comum ou mesmo um gesto menos formal. Nesse momento, o "paparazzo" fotografa a "vítima", e depois vende a foto por bom dinheiro à imprensa.

O mais famoso "paparazzo" é o italiano Ron Gallela, conhecido por suas fotos de Jacqueline Onassis. Onde quer que ela fosse, lá estava o Gallela, tirando fotos indiscretas. Até que um dia ele foi parar num tribunal por invadir a vida particular da famosa senhora.

Ron também se deu mal, quando pediu ao ator Marlon Brando que tirasse os óculos escuros para ser fotografado. Muito irritado, Marlon deixou a brandura de lado e deu um murro no chato. Nessa altura, o fotógrafo não viu mais o astro: só viu estrelas . . .

Sem dúvida, os "paparazzi" se arriscam um bocado. Mas os veículos de imprensa se aproveitam muito de seu trabalho, publicando fotos indiscretas, que aumentam a venda dos jornais e revistas.

JORNALISMO EM VERSOS

Numa de suas viagens pelo mundo, Tio Patinhas esteve no Recife, por volta de 1930. E viu, numa praça, um fato curioso: um homem cantava, acompanhado de viola, os versos de um livreto que depois vendia ao público. Como era baratinho, o velho pão-duro comprou um. Era a história de Lampião, o rei do cangaço, toda contada em rimas pitorescas e imaginosas.

Sem querer, Tio Patinhas acabava de conhecer a **literatura de cordel**. De 1930 a 1950 esse tipo de comunicação popular foi muito difundido no nordeste brasileiro. Além de literatura, era também uma forma de jornalismo. Naquela época, os jornais eram raros no inte-

rior nordestino, rádio era coisa de rico, e a TV ainda não existia por lá. Esses livretos eram uma forma até divertida de o homem do povo ficar sabendo dos acontecimentos. O nome **literatura de cordel** vem do costume de pendurar os livrinhos num barbante para a venda ao público nas feiras ou praças.

Os assuntos abordados são os mais diversos: vão desde biografias de celebridades como Lampião ou Roberto Carlos, até grandes acontecimentos, como a chegada do homem à Lua. Há também narrações de lendas e casos pitorescos, a começar pelos títulos: *O Lobisomem do Ceará, O Banquete dos Cachorros, A Moça que Virou Cobra porque Falou Mal do Padre Cícero,* etc.

Hoje, com a concorrência dos jornais, rádio, revistas e TV, a literatura de cordel tem menos público. Mas ainda é importante para o estudo do folclore e da cultura popular do nordeste.

FOTOGRAFANDO O FUNDO DO MAR

As primeiras fotos submarinas apareceram após a Segunda Grande Guerra. Apesar de ser um processo semelhante ao das fotos normais, elas requerem filmes especiais, pois a água absorve a luz vermelha e azul. Até a profundidade de 4,60 metros, pode-se fotografar utilizando a luz do sol. Em profundidades maiores, é necessário um equipamento especial de iluminação, que desce ao fundo do mar junto com a câmara fotográfica.

Se você já mergulhou, viu como as imagens parecem distorcidas. Para evitar isso é preciso adaptar um vidro plano à lente da câmara dotada de proteção especial para não ser danificada pela água e sua pressão.

O cientista francês Jacques-Yves Cousteau foi um dos pioneiros da fotografia submarina em cores. Em 1959 ele fotografou as profundezas do vale Rift, no Atlântico, fazendo uma cobertura total da região.

Além de ser um *hobby* formidável, a fotografia submarina é uma grande conquista da ciência e um recurso especial do jornalismo, principalmente das revistas ilustradas.

SE É FOTO, É FATO

Um repórter e um fotógrafo geralmente andam juntos. Aliás, o repórter fotográfico é também jornalista e como tal relacionado na Lei de Imprensa, pois transmite notícias ao público, com objetividade e realismo, através de fotos.

No departamento fotográfico do jornal ou revista trabalham o chefe do setor, os fotógrafos e os laboratoristas. Ali as fotos são primeiro reveladas e enviadas à redação, que escolhe as melhores. As fotos podem ser em branco e preto ou *slides* (diapositivos coloridos, chamados *cromos).*

O PANFLETO, UMA PUBLICAÇÃO POLÊMICA

Quando um **panfleto** começa a circular, todo mundo fica de olho nele. É que ele traz críticas violentas, geralmente sobre assuntos políticos.

A palavra panfleto vem de *Pamphilet,* título de uma comédia latina do século XII. Depois passou a designar publicação do tipo crítico. Com a imprensa, os panfletos se multiplicaram no século XVI, na Inglaterra, França e Alemanha, países onde havia distúrbios político-religiosos.

O jornalismo panfletário sempre teve influência nas épocas revolucionárias por sua força como divulgador de idéias e facilidade de impressão e circulação. Escritores ingleses, como Defoe e Swift, e franceses, como Pascal, Voltaire, Rousseau, Montesquieu e Diderot se expressaram através de panfletos.

REPORTAGEM VIBRANTE

Tio Patinhas dava voltas e mais voltas na Sala de Preocupações. É que seu jornal estava caindo nas vendas. Por fim, o velho pato chamou Donald e Peninha e disse:

— Precisamos de reportagens mais **vibrantes**! Farei um sacrifício: além do alto salário mínimo que ganham, vocês receberão um **prêmio extra** se conseguirem fazer uma reportagem que aumente a venda do jornal.

— Falou! — exclamaram os dois repórteres com um brilho cifrônico nos olhos.

E saíram correndo. Donald foi à delegacia mais próxima.

— Na polícia sempre acontecem coisas — pensou. — Logo terei um bom assunto.

Peninha dirigiu-se ao Parque de Patópolis, pensando:

— Num jardim público passa muita gente. Logo terei um bom assunto.

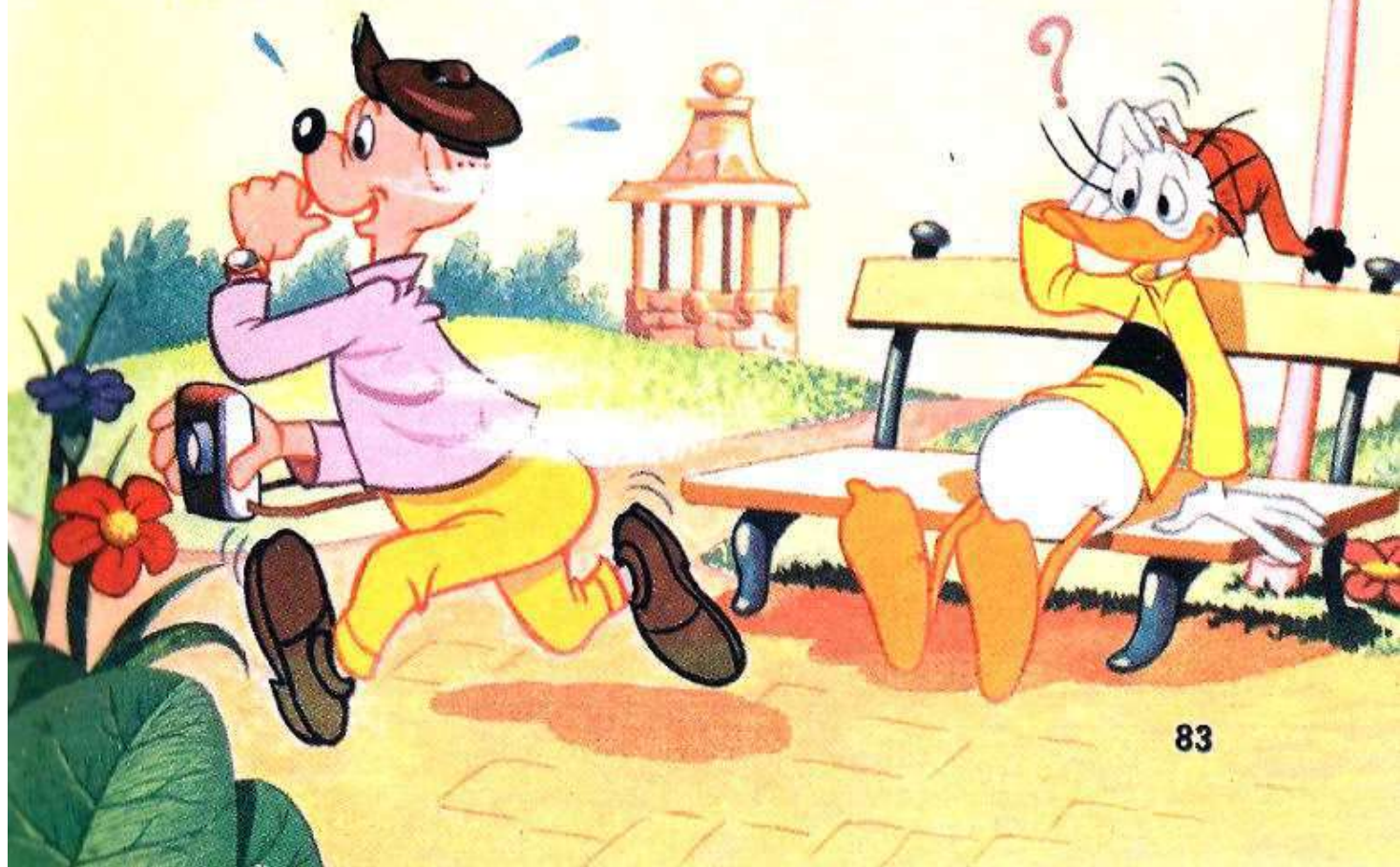
E, despreocupado como é, recostou-se num banco do parque e ficou à espera de que o assunto lhe caísse do céu.

Mas o bom repórter vai **em busca** de notícia. Como fez o Donald. E logo ouviu um policial comunicar pelo rádio:

— Atenção, todos os carros! O perigoso assaltante Mão Leve fugiu da prisão e foi visto nas imediações do Parque de Patópolis! Ele rouba desde carteiras até lojas inteiras. É um mestre em latrocínio!

— Achei meu assunto! — exclamou Donald, correndo para lá.

Enquanto isso, um tipo com cara de raposa matreira chegava até o banco onde o Peninha estava todo refestelado e sentou-se. Segundos depois, levantou-se repentinamente.

— Xi! Ia esquecendo... está na hora de tomar o trem! — disse, e saiu correndo.

Pouco depois, o Peninha descobriu que sua máquina fotográfica havia desaparecido. Adivinhem quem "aliviou" a máquina do acomodado repórter!

Nisso, Donald chegava correndo ao parque. O Mão Leve também vinha correndo para escapar do Peninha e . . . PLAFT! – deu um encontrão no Donald. Desculpou-se amavelmente e "se mandou". Ainda meio tonto do esbarrão, Donald foi andando, quando . . . PLAFT! – novo encontrão. Desta vez era o Peninha, que vinha no encalço do Mão Leve. Donald já ia explodir, quando o Peninha exclamou:

– Ei! Sua máquina! Ela também sumiu!

Esquecidos da grandiosa reportagem que iam fazer, os dois patos trataram é de recuperar suas máquinas. (Afinal, pelo salário que recebiam, teriam de trabalhar uns cinco anos para comprar uma nova . . .) Mas tiveram sorte. Ao dobrarem a esquina da grande avenida Patlântica, avistaram o ladrão ao longe. E, à medida que avançavam, viram coisas espantosas: o ardiloso gatuno roubou a mala de um senhor que a depositara, distraído, na calçada, enquanto chamava um táxi.

Depois entrou numa joalharia e saiu com a mala transbordando de jóias, e até um colar de pérolas no pescoço, à moda hippie. Finalmente, entrou numa agência de automóveis e saiu guiando um Opata zerinho, a toda velocidade.

Só aí o Donald percebeu o que já deveria ter percebido:

— Ei! Então aquele cara só pode ser o Mão Leve!

Pararam o primeiro táxi que apareceu e saíram no encalço do ladrão. A corrida foi vertiginosa, no melhor estilo dos filmes policiais. Mas valeu a pena. Quando estavam perto do edifício Patinhas, deram uma "fechada" no carro do ladrão, fazendo-o parar. O chato é que o Opata, descontrolado, bateu e abriu um rombo no pórtico do edifício.

Donald e Peninha receberam o prêmio extra pelo "furo" de reportagem: vinte cruzeiros cada um... E pelo furo que abriram no edifício Patinhas tiveram de pagar vinte **mil** cruzeiros — em 448 suaves prestações mensais...

CHARGE, A CRÍTICA COM BOM HUMOR

A palavra **charge,** em francês, quer dizer **carga.** É também usada no jornalismo com o significado de **carga contra o adversário. Charge** e **caricatura** são termos que se confundem no uso. E suas características são as mesmas: desenho que **carrega** no traço, exagerando os detalhes para se tornar humorístico.

Usando a força expressiva do desenho, o chargista critica ou ataca com bom humor pessoas, instituições e a vida social e política. Para conseguir comicidade no desenho, ele pode fazer um narigudo com nariz de Pinóquio, um orelhudo com orelhas de Dumbo e assim por diante . . .

GRANDES CHARGISTAS

Artistas de todas as épocas usaram a charge e a caricatura como arma de crítica. Mas só em 1830, quando Charles Phillipon fundou, na França, o jornal humorístico *La Caricature,* a charge foi definitivamente incorporada ao jornalismo.

No Brasil, a primeira charge, de autoria de Araújo Porto Alegre, apareceu no *Jornal do Comércio,* em 1837. *Lanterna Mágica,*

fundada em 1844, começou a publicar charges em todas as suas edições. Logo apareceram outras publicações do gênero, destacando-se *A Semana Ilustrada,* que durou dezesseis anos, e a *Revista Ilustrada,* editada pelo caricaturista Ângelo Agostini durante vinte anos.

Mas a caricatura só começaria a desenvolver-se realmente no Brasil a partir de 1900, através dos trabalhos de J. Carlos, K.Lixto e Raul Pederneiras que, durante meio século, foram os "bambas" do gênero.

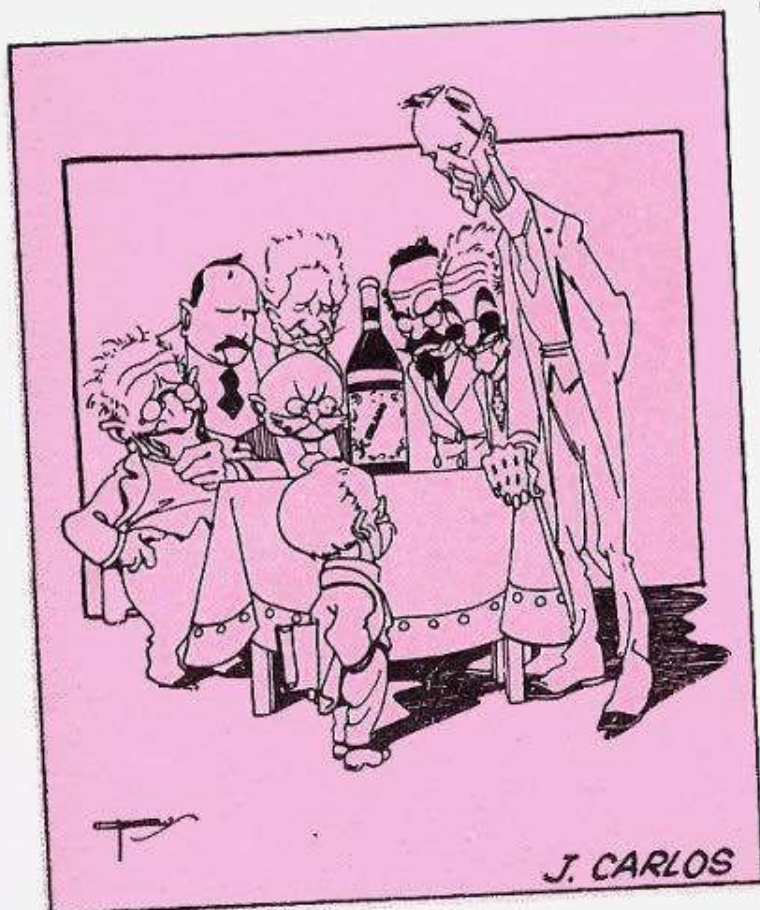
Na primeira metade do século XX surgiram novos artistas de valor: Alvarus, Nássara, Guevara, Mendez, Voltolino, Seth e, com destaque especial, Belmonte (pseudônimo de Benedito Bastos Barreto). As charges de Belmonte sobre Hitler, Mussolini e outros figurões da Segunda Guerra ganharam fama internacional.

Mais tarde surgiria no Brasil uma nova geração de desenhistas satíricos: Péricles, Millôr Fernandes, Carlos Estêvão, Hilde Weber, Appe e Lan. Na década de 50 apareceriam: Borjalo, Fortuna, Claudius, Ziraldo, Jaguar, Otávio e, mais recentemente, Vagn, Henfil e Juarez Machado.

No cenário mundial há atualmente grandes artistas do gênero: Sempé, Wolinski, Reiser, Feiffer e Levine, entre outros, que deliciam os leitores com caricaturas políticas.

Editora José Olympio — História da Caricatura no Brasil, de Herman Lima.

J. CARLOS

BELMONTE

AS PIADAS DO BARÃO

Barão de Itararé era o pseudônimo de Aparício Briqueroff Torelly, um dos maiores humoristas da imprensa brasileira. Nasceu em São Leopoldo, Rio Grande do Sul, em 1895. No colégio jesuíta onde estudava lançou *O Capim*, jornalzinho clandestino que criticava a disciplina da escola. Em 1912 entrou para a Faculdade de Medicina de Porto Alegre, onde se notabilizou por dar respostas irreverentes aos mestres. Um deles perguntou-lhe: "Quantos rins nós temos?" Aparício respondeu: "Quatro". Como o mestre estranhasse, o aluno explicou: "Sim, o senhor tem dois e eu, mais dois".

Quando estava no 4.º ano da faculdade, Aparício abandonou os estudos e tornou-se humorista profissional. Foi para o Rio, em 1925, e colaborou nos jornais *O Globo* e *A Manhã*. Em 1926 fundou seu jornal humorístico, *A Manha*, que satirizava os jornais e os políticos da época. Trazia frases do barão que se tornaram famosas, como estas: "Quem inventou o trabalho não tinha o que fazer" ou "Quando um pobre come frango, um dos dois está doente".

Aparício morreu em 1971. Na verdade, nunca foi barão. Seu pseudônimo era mais uma piada: queria fazer troça dos ricaços que compravam títulos de nobreza.

O "CÉREBRO" DO JORNAL

Quando o Tio Patinhas descobriu que o Peninha e o Donald estavam fazendo a maior bagunça na redação, chamou-os para um reunião, aplicando uma psicologia toda especial. Dessa vez ele não soltou nenhum QUAC estridente, mas fez um discurso com palavras bonitas e pausadas, pregando a necessidade de organização da redação.

— Se vocês ainda não perceberam, a redação é o "cérebro" do jornal. É um laboratório que trata a informação de tal maneira que ela possa ter acesso fácil ao público.

Peninha e Donald ficaram impressionados com a dialética do velho tio, mas resolveram colaborar, comportando-se. Afinal, uma redação precisa ser bem organizada, porque lá todo mundo está trabalhando com a "cuca", não é mesmo?

A redação funciona para colher todas as informações de interesse do leitor e prepará-las para a composição e impressão. Por causa da urgência com que as notícias devem ser dadas, uma redação de jornal é mais dinâmica e agitada do que a redação de uma revista. O jornal diário é elaborado em

menos de 24 horas, enquanto uma revista semanal pode ser preparada em sete dias ou mais, conforme o sistema de trabalho adotado.

Vamos tomar como exemplo o funcionamento da redação do *Jornal da Tarde*, vespertino paulista que mantém uma organização-modelo para cobrir todos os setores de noticiário.

Na cúpula hierárquica da redação está o diretor do jornal, que cuida da parte administrativa. Em seguida vem o editor-chefe, assessorado por quatro editores-assistentes: o editor de criação, o editor de produção, o editor geral e o editor de edição, que orientam e supervisionam o trabalho redacional e cuidam de manter a linha de conduta do jornal.

Por sua vez, a redação é dividida em vários setores: *Noticiário Local e Geral* (que

trata de assuntos da cidade nas áreas de Justiça, Polícia, Prefeitura, etc.); *Esportes* (que cobre futebol e outros esportes profissionais e amadores); *Política e Economia* (que abrange política nacional, estadual, municipal e economia nacional e estrangeira relacionada com assuntos nacionais); *Exterior* (cujo noticiário é recebido de diversas agências de notícias, dos serviços especiais dos jornais *The New York Times* e *Washington Post* e dos correspondentes em muitos países); e *Variedades* (que trata de notícias de teatro, artes plásticas, literatura, cinema, quadrinhos, diversões, etc.).

Essa divisão em setores facilita a cobertura jornalística. Antes que um repórter saia à rua para colher as informações que irão compor o jornal do dia seguinte, há uma verdadeira preparação tática visando o ataque às fontes de notícias. Vejam só como funciona.

Na parte da manhã, reunem-se os editores de criação e producão com os editores de cada setor de noticiário para discutir a pauta do dia, isto é, quais os assuntos que o jornal vai cobrir.

Depois, o editor de cada setor faz uma pauta para seus repórteres, indicando qual o assunto que cabe a cada um cobrir. Por exemplo, na área de *Variedades* pode ser programada uma entrevista com uma artista de cinema. Então, o editor de variedades dará ao repórter toda a orientacão para a cobertura da matéria. Em seguida, o repórter sai à rua com o fotógrafo e entra em acão.

Este é o trabalho desen-

volvido independentemente por todo setor do noticiário. No final da tarde ou começo da noite, os repórteres retornam, redigem o material que coligiram, identificam as fotos e entregam o material ao seu editor.

Agora é a vez do editor geral e do editor de edição supervisionarem os trabalhos. A eles cabe dirigir a *reunião de edição,* onde farão o balanço e a avaliação do material que têm para publicar, estabelecendo prioridades e espaço para cada assunto, conforme os interesses do leitor ao qual se destina o jornal. Os editores diagramam, isto é, distribuem as matérias nos espaços das páginas, escolhem as fotos e passam as matérias aos copidesques, os reescrevedores, que darão a forma definitiva ao texto, escolhendo os títulos e marcando os tipos em que serão compostos.

Só depois dessa correria é que tudo desce para as oficinas, onde o jornal será impresso. E para que tudo saia certinho, apesar da pressa, uma redação de jornal tem que funcionar em ordem. Porque o leitor, quando compra e lê um jornal, não quer saber se a edição deu ou não muito trabalho. Ele só quer ficar informado, "por dentro" do que está acontecendo.

JORNALISMO ESPORTIVO

Quando houve o Campeonato Mundial de Futebol, realizado na Alemanha, *A Patada* precisou enviar um repórter para lá. Como o Tio Patinhas sabia que o Zé Carioca era fanático por futebol, contratou-o.

Aí o Tio Patinhas viu que o Zé Carioca podia entender bem de futebol, mas não de jornalismo . . .

— Cobertura esportiva é termo de jornalismo, Zé! — disse o velho pato, impaciente. — Significa que você vai acompanhar todos os lances a respeito do Campeonato e mandar as reportagens para mim.

Só então é que o Zé Carioca entendeu. E foi fazer companhia aos outros 150 repórteres que o Brasil mandou para a Alemanha, em 1974, o maior contingente jornalístico de todos os países disputantes.

O jornal moderno é dividido em seções especializadas. Uma delas é a seção de esportes que, no Brasil, de-

vido à popularidade do futebol, é muito importante.

O Campeonato Nacional de Futebol, com a participação dos principais clubes do Brasil, tornou maior a necessidade de uma boa cobertura esportiva por parte da imprensa. Para isso utiliza-se o trabalho não só de repórteres, mas também de correspondentes distribuídos por todo o território nacional.

Para poderem cobrir com eficiência os acontecimentos esportivos, os jornais e as emissoras de rádio e TV mantêm equipes de jornalistas especializados.

CRIANÇAS FAZEM JORNALISMO

"Odipuc, irmão de Cupido, deus do amor na mitologia greco-romana, lançava setas de ódio e não de amor. Mas um dia ele recebeu uma flechada que o transformou. A partir daí ele começou a enviar mensagens de paz e amor".

Este é o resumo do conto de um menino de 11 anos que saiu na revista americana *Kids (Garotos)*, redigida e ilustrada por crianças e lançada em 1971 por dois "grandões": Jenette Kahn e James Robinson.

No primeiro número dessa revista as crianças escreveram sobre os mais variados assuntos, desde a guerra e a poluição até o futuro da humanidade. Uma menina de 11 anos declarou: "Os adultos deveriam amadurecer mais". E acrescentou que uma das provas da infantilidade deles era o seu constante desentendimento.

A CORRIDA DOS "FUROS"

Furo, expressão muito usada em jornalismo, significa **notícia dada em primeira mão,** ou seja, uma informação importante que um jornal consegue publicar **antes** dos outros.

Este é um dos aspectos mais empolgantes do jornalismo moderno: a luta para dar uma notícia inédita. Alguns repórteres têm verdadeira obsessão pelos "furos" porque estes promovem tanto o jornal, como aquele que "caçou" a notícia.

O jornal americano *The New York Times,* um dos maiores do mundo, é também famoso por seus "furos". Em 1912 foi o primeiro a noticiar — e com detalhes — o trágico naufrágio do transatlântico inglês *Titanic,* o maior e mais luxuoso de todos os tempos. Esse imenso navio chocou-se contra um *iceberg,* causando a morte de 1 513 pessoas.

Outro notável "furo" jornalístico foi dado em São Paulo, pelo *Jornal da Tarde.* Após o transplante de coração realizado pelo dr. Christian Barnard na África do

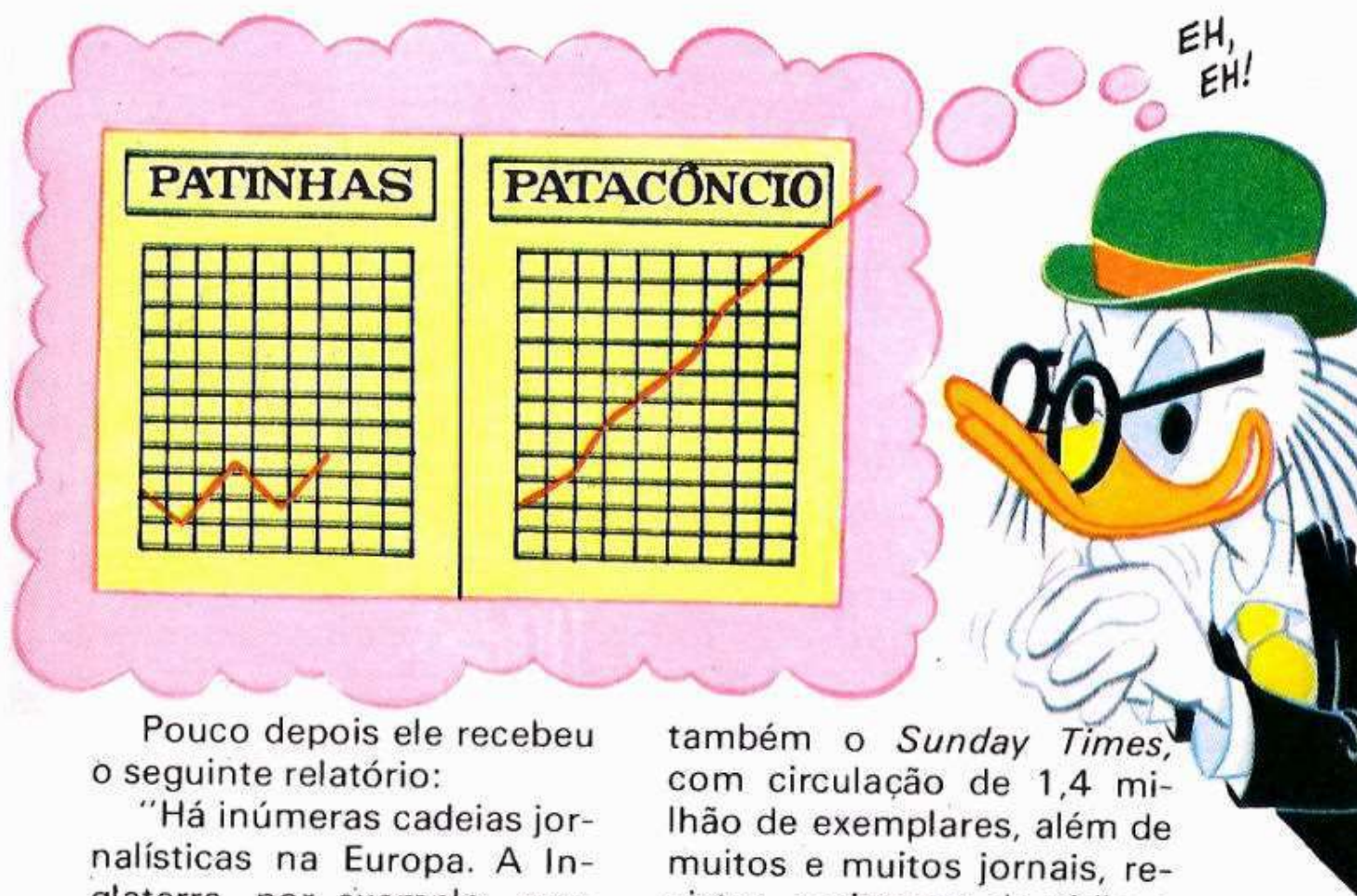
Sul, todos ficaram ansiosos em saber quem faria a primeira intervenção cirúrgica do gênero na América do Sul. Três meses antes que o fato ocorresse, o *Jornal da Tarde* incumbiu seus repórteres mais experientes de cobrir o acontecimento que se daria aqui mesmo, no Brasil.

A equipe do dr. Euryclides de Jesus Zerbini, especialista em cirurgia cardíaca do Hospital das Clínicas, declarou aos repórteres que o transplante, no Brasil, poderia acontecer dali a um mês ou um ano.

Os repórteres continuaram colhendo informações sobre o **assunto transplante** e conseguiram inclusive o nome do primeiro paciente: o boiadeiro João Ferreira da Cunha, que sofria de endocardite crônica, doença das artérias que circundam o coração. Obtiveram depois o nome do doador: Luiz Ferreira de Barros, morto num desastre automobilístico.

Finalmente, aconteceu o transplante, que terminou às 10h25 do dia 26 de maio de 1968. E, já às 14 horas, o *Jornal da Tarde* lançava uma edição extra de dez páginas com uma cobertura total do acontecimento, inclusive a foto do boiadeiro. Por esse "furo", o *Jornal da Tarde* ganhou o Prêmio Esso de Jornalismo em 1968.

GRANDES CADEIAS JORNALÍSTICAS

Patacôncio, o milionário rival do Tio Patinhas, achou que era absurdo que um sovina como o velho pato tivesse um jornal, *A Patada,* enquanto ele não tinha nenhum. Chamou seu secretário e pediu-lhe uma relação das maiores cadeias jornalísticas do mundo (**cadeia jornalística** é um grupo de vários veículos de comunicação que pertencem a uma mesma empresa). Pois é, para irritar o Tio Patinhas, o Patacôncio queria comprar logo um montão de jornais de uma vez.

Pouco depois ele recebeu o seguinte relatório:

"Há inúmeras cadeias jornalísticas na Europa. A Inglaterra, por exemplo, possui um verdadeiro império de imprensa. Uma de suas maiores cadeias jornalísticas é a *Thomson Organization,* com trinta jornais, incluindo *The Times,* com uma tiragem de 340 000 exemplares diários, e que circula desde 1785! A ela pertence também o *Sunday Times,* com circulação de 1,4 milhão de exemplares, além de muitos e muitos jornais, revistas, emissoras de rádio e TV no mundo inteiro. Outras importantes cadeias jornalísticas na Inglaterra são a *International Publishing Corporation,* que controla vários jornais e duzentas revistas; a *Beaverbrook Newspapers* e a *Associated Newspapers.*

Na França há menos cadeias jornalísticas. Uma das maiores é o *Grupo Francês de Edições e Publicações,* dono do jornal *France Soir,* com 880 000 exemplares, e da revista *Elle,* além de outros jornais e revistas.

O principal grupo jornalístico alemão é o *Axel Springer,* que controla os cinco maiores diários do país, entre os quais o *Die Welt,* o *Hamburger Abendblatt* e o *Berliner Morgenpost.*

As grandes cadeias de jornais da Itália estão ligadas a grupos industriais, como o da família Crespi, dona dos jornais *Corriere della Sera, La Stampa* e *Stampa Sera.*

Nos Estados Unidos, a *New House Newspaper,* com 21 jornais, a *Scripps-Howard,* com dezesseis, e o poderoso grupo *Hearst Newspaper,* herdeiro do antigo magnata da imprensa americana, William Randolph Hearst, são as principais cadeias jornalísticas.

O Japão não tem cadeias jornalísticas, mas sim grandes jornais que também editam publicações semanais e mensais. Esses periódicos têm tiragens fabulosas, como o *Asahi Shimbum,* de Tóquio, com mais de 6 milhões de exemplares só na edição matutina e mais 4 milhões na vespertina!

— Ótimo! Pode comprar tudo! — exclamou Patacôncio, esfregando as mãos de contentamento.

No dia seguinte, porém, ele teve uma desagradável surpresa: não só não conseguiu comprar nenhuma cadeia jornalística, como uma delas queria saber se ele, Patacôncio, não tinha jornais e emissoras de televisão, pois ela estava interessada em comprá-los.

O QUE É COPIDESQUE?

Os jornalistas brasileiros sempre quiseram substituir o uso de *copy-desk* por *reescrevedor,* mas essa palavra assimilou-se de tal forma ao vocabulário das redações que eles apenas conseguiram aportuguesá-la para **copidesque.**

Copidesque (em inglês, *copy* = cópia, texto, e *desk* = escrivaninha) é o redator especializado em reescrever a matéria trazida pelo repórter. Enquanto o repórter se preocupa mais em colher os dados, o copidesque trata de dar forma final à matéria. Às vezes, basta apenas "pentear" o texto, isto é, reduzi-lo de acordo com as necessidades de paginação, acertar a pontuação, aperfeiçoar a gramática, adaptar a notícia ao estilo do jornal, escolher o título da matéria, etc.

O BRASIL EM REVISTA

Em 1860 os brasileiros começaram a receber um novo tipo de material de leitura: a **revista**. Neste ano surgia a *Semana Ilustrada*, de Henrique Fleiuss, a primeira revista de vida regular no Brasil. Seguiram-lhe outras publicações do gênero, como *O Merrimac* e o *Bazar Volante* (1863), *Ba-ta-clan* (1867), *Vida Fluminense* e *A Comédia Social* (1868). Essas revistas dos tempos heróicos da imprensa brasileira caracterizavam-se pela agressividade e oposição ao governo imperial. Dedicavam-se principalmente à política, defendiam suas idéias e combatiam as instituições que julgavam obsoletas. É dessa época também a *Revista Ilustrada* (1867), de Ângelo Agostini, famosa por seu caráter crítico e polêmico.

Após a proclamação da República, o caráter combativo das publicações deixou de ser relevante. Tanto assim que de 1889 até o fim do século só apareceu uma revista: *D. Quixote*.

Mas, já no começo do século XX, o aperfeiçoamento dos métodos de composição e impressão incentivava o aparecimento de novos periódicos, como a *Revista da Semana*, fundada em 1900. Nessa época a imprensa deixava seu cunho artesanal e amadorístico para se tornar uma atividade empresarial.

De início, caracterizado pelo aspecto humorístico, surgia em 1902 *O Malho*, revista fundada por Luís Bartolomeu e que depois ganharia também uma grande força política. Em 1907 aparecia *Fon-Fon;* no ano seguinte era lançada a *Careta*, que se tornaria tão popular que era encontrada nos salões de barbeiros de todo o país.

A partir daí cada tipo de público foi ganhando a sua revista. Para as moças surgia *A Cigarra* em 1914; para os curiosos era destinado o almanaque *Eu Sei Tudo*, de 1917, e para as donas de casa era oferecida *Vida Doméstica* a partir de 1920.

Com o aparecimento de *O Cruzeiro*, da Empresa Gráfica O Cruzeiro, em 1928, as revistas de atualidades começaram a ser cada vez mais procuradas. Em 1952 apareciam *Manchete*, importante revista editada até hoje pelas Empresas Bloch, e *Visão*, revista de comentários e interpretações de fatos e situações nacionais e internacionais.

Na década de 60 apareceu uma série de outras revistas importantes no panorama da imprensa brasileira, todas publicadas pela Editora Abril. A primeira foi *Quatro Rodas* (1960), apreciada revista de turismo e automobilismo. Vieram depois: *Claudia* (1961), dirigida às mulheres; *Realidade* (1966), de atualidades; *Veja* (1968), de análise e interpretação dos acontecimentos.

ESSES ANÚNCIOS...

Os costumes mudam tanto de um século para outro que a leitura de um jornal antigo, às vezes, nos causa surpresas e até nos faz rir... É o caso, por exemplo, de um anúncio publicado no jornal *Mercúrio* de Lisboa, em 1744. Dizia assim: "Na casa de Joan Bautista Lerzo, defronte da Torre de Loreto, se vende um livro em 4.º, intitulado *A Arte de Furtar,* composto pelo padre Antônio Vieira, obra certamente filha do seu engenho, a 1$200 cada um papel com tanto gosto que cada dia se vendem muitos".

Outros anúncios não são nada engraçados, embora curiosos, pois estão ligados à triste fase da escravidão no Brasil. Em 1861 saía este anúncio no *Publicador Maranhense:* "Na quinta-feira 27 do corrente, no armazém do agente Gomes se fará leilão de uma boa porção de escravos, entre os quais um perfeito oficial de sapateiro".

Atualmente, há também vários anúncios curiosos publicados na imprensa diária. Max Schiling, um florista de Nova York, publicou no *New York Times* um anúncio redigido inteiramente em taquigrafia. Intrigados, muitos homens de negócios pediram às suas secretárias que traduzissem o texto. O anúncio dizia às secretárias que se lembrassem do florista Schiling quando seus chefes encomendassem flores para as esposas.

Cada um redige o anúncio como quer. Muitos até enviam mensagens secretas através deles. Nos jornais ingleses, às vezes, aparecem certos anúncios muito esquisitos, convocando, através de códigos secretos, os adeptos de religiões satânicas para participarem de cultos clandestinos.

Anúncios de empregos podem também tornar-se curiosos, dependendo da capacidade inventiva e do humor do anunciante. É o caso deste anúncio publicado num jornal de Paris, na seção *Empregados oferecem-se:* "Jovem de 21 anos deseja empregar-se como ascensorista em edifício comercial. Nenhuma experiência. Prefere começar em edifício baixo".

Na coluna *Diversos,* aparecem também anúncios bastante diferentes. Crentes de determinadas religiões mandam até publicar orações em agradecimento aos santos por graças alcançadas.

UMA REPORTAGEM DIFERENTE

Tio Patinhas chamou os dois melhores repórteres de *A Patada*. Que, como vocês sabem, são Donald e Peninha.

— Quero que façam uma reportagem **diferente** — disse ele. — Vão até uma grande loja da cidade . . . ao Peg-Pato, por exemplo, e escrevam sobre as relações vendedor-cliente. Como se comportam . . . entendem?

Lá se foram os dois. E, justamente, o Peg-Pato realizava uma grande liquidação de roupas, a chamada "queima", a preços baratíssimos. Só que, quando os jornalistas chegaram, a loja ainda estava fechada e a multidão aguardava, impaciente, a hora de entrar. De repente, lá dentro da loja, o gerente, já meio nervoso, começou a contagem regressiva:

— Dez, nove, oito, sete, seis, cinco, quatro, três, dois, um . . . ABRIR!!

Foi **aquele** estouro da boiada. A multidão invadiu a loja como feras famintas e nossos

heróis quase foram reduzidos a massa de fazer pastel. Mas eles tinham de fazer a reportagem e trataram de anotar tudo que ocorria. Um cavalheiro pegou uma linda capa, enfiou um braço e . . . não pôde continuar: a outra manga já estava ocupada por outro distinto cavalheiro, que também tinha visto a mesma capa. Aí os dois distintos começaram a discutir sem muita distinção, cada qual dizendo que havia chegado primeiro. A discussão virou briga e . . . bem, vocês já imaginaram? Dois gajos brigando **dentro** de uma capa?!

Logo cada um saía com sua querida capa, isto é, com a **metade** rasgada. Ao ver aquilo, o gerente exigiu que pagassem o prejuízo. Mas os dois cavalheiros alegaram que não podiam pagar por meia capa, pois esse artigo simplesmente não existia. E enquanto o gerente punha as mãos na cabeça, os distintos clientes partiram para outras seções.

Assustado com o quase quebra-quebra da multidão de furiosos compradores, Peninha refugiou-se atrás de um balcão.

— Aqui estarei a salvo — murmurou —, enquanto anoto tudo.

Mas, de repente, sentiu que sua touca era violentamente arrancada de sua cabeça. E, quando foi reclamar, a touca já estava lindamente empacotada, nas mãos de um freguês!

Por sua vez, Donald estava escondido numa cabina de provar roupa. Nisso entrou uma gorda senhora com um garoto sardento a tiracolo e, ao ver o Donald, deu um grito de triunfo!

— AAAH! Achei a roupinha de marinheiro que eu queria!

Vamos, filhinho, experimente logo antes que alguém pegue! — e empurrou o garotinho sardento para cima do Donald.

— Ei, qual é?! — berrou o pato. — Está me achando com cara de manequim?

E a gorda senhora estava achando mesmo, tanto que desmaiou de susto. Mas . . . e o Peninha? Bem, nessa altura ele estava enrolado num pano de cortina, pois toda a sua roupa já tinha sido liquidada!

No dia seguinte, *A Patada* publicou uma reportagem realmente diferente, que começava assim: "As relações vendedor-cliente são as piores possíveis, especialmente numa liquidação. Quando você estiver numa dessas 'queimas' de roupas, tome cuidado para não ser confundido com um manequim, senão você sairá de lá 'queimado'!"

COLUNISTAS POLÍTICOS

Peninha quis tentar um novo campo no jornalismo. Falou, então, com o Tio Patinhas, que resolveu testá-lo como colunista político. Mas sua primeira coluna começava assim: "O prefeito de Patópolis, dr. Inaugurindo, inaugurou ontem, pela 15.ª vez, o viaduto dos Patos. Dizem seus adversários políticos que a próxima inauguração do mesmo viaduto já está marcada para o dia 1.º de abril, data do aniversário do prefeito".

Ao ler aquilo, o prefeito ficou uma "fera" e deu aquela bronca no Tio Patinhas, que logo descarregou em cima do Peninha:

— Ao escrever sobre política, você precisa ser mais cauteloso. Tome, leia a biografia destes colunistas e veja se aprende alguma coisa!

A primeira biografia que o Peninha leu era sobre o americano Walter Lippman, um dos melhores comentaristas políticos do mundo e grande entendido em política internacional. Sabia esclarecer os leitores sobre os problemas políticos e suas colunas na revista *Newsweek* e em 110 jornais americanos eram lidas por mais de 30 milhões de pessoas. O próprio presidente Roosevelt pedia sua opinião e conselhos.

Peninha conheceu alguns dados sobre Drew Pearson, também americano. Escreveu durante quarenta anos sua coluna política no jornal *Washington Post.* Muito bem informado sobre política, fazia críticas fundamentadas que atingiam as maiores personalidades do governo. E nunca conseguiram desmenti-lo!

Peninha leu também as biografias de outros colunistas atuais, como o americano Jack Anderson e o brasileiro Carlos Castello Branco, e ficou muito impressionado. Por isso desistiu do colunismo político e resolveu esforçar-se para se tornar o melhor repórter do mundo.

COMUNICAÇÃO INTERPLANETÁRIA

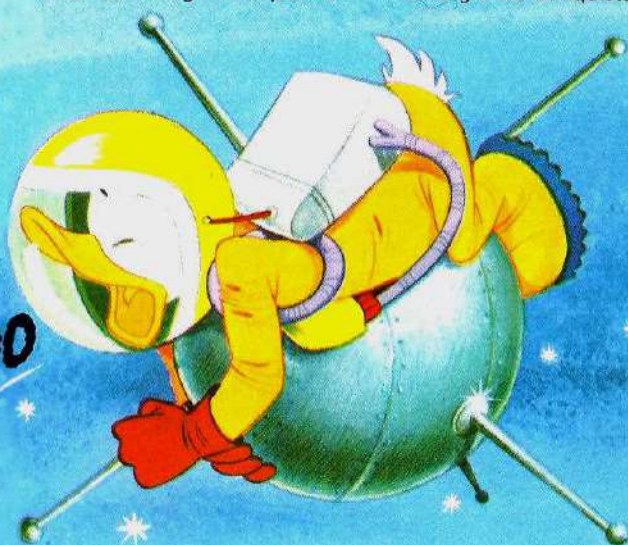
Um homem chamado Marshall McLuhan disse certa vez que os meios de comunicação haviam transformado o nosso planeta numa "aldeia global". E não é que é verdade? Através do telefone, do rádio, da TV, você já pode se comunicar com qualquer parte do mundo, em um mesmo instante. Mas o homem não se contentou e agora tenta ampliar as fronteiras dessa "aldeia". Hoje a Terra já pode comunicar-se com a Lua e até captar informações de Marte e Vênus.

A era da comunicação interplanetária começou no dia 4 de outubro de 1957, quando subiu ao espaço o *Sputnik I*, o primeiro satélite artificial da Terra. Lançado em órbita pela União Soviética, sua primeira mensagem, o famoso *bip-bip*, logo era ouvido em todos os pontos da Terra. Em 1959 a União Soviética conseguia atingir a Lua com o *Lunik II*. Nesse mesmo ano o *Lunik III* tirava as primeiras fotos da face oculta da Lua. Em abril de 1961 o russo Yuri Gagárin tornava-se o primeiro homem a conversar pelo telefone com a Terra, diretamente da cabina de uma nave espacial.

O *Mariner II* foi o primeiro satélite artificial a mandar informações de Vênus. Lançado em 27 de agosto de 1962, do cabo Kennedy, nos Estados Unidos, após 109 dias de viagem espacial, aproximou-se de Vênus o bastante para mandar informações sobre a temperatura e a pressão atmosférica do planeta.

Uma grande conquista foi

marcada em 10 de julho de 1962 com o satélite americano *Telstar I*. Desde então, programas de TV e telefonemas passaram a ser transmitidos entre os Estados Unidos, Londres e Paris por meio desses satélites. Em 1964 o *Mariner IV* transmitiu à Terra 21 fotos da superfície de Marte. E o *Intelsat*, satélite americano lançado em 1966, pode transmitir até doze programas de TV em cores ou 5 000 telefonemas ao mesmo tempo!

Preocupado com tantos avanços científicos, o Tio Patinhas já mandou comprar vastíssima área na Lua para instalar uma sucursal de *A Patada*, uma emissora de rádio e uma estação de TV. E já mandou escrever a primeira telenovela espacial.

REPORTAGEM POLICIAL

Reportagem sobre crimes não é um assunto muito agradável, mas a verdade é que boa parte do público gosta de estar informada a respeito de casos policiais. Principalmente se uma quadrilha estiver agindo na cidade ou no bairro onde o leitor reside, ele tem interesse em estar a par do assunto para não se transformar em vítima. Pela leitura dos jornais ou através do rádio e televisão, o público poderá saber como são os amigos do alheio, de que forma atacam, etc., e tomar as medidas acauteladoras possíveis. Por isso é que certos jornais publicam esse tipo de noticiário, mesmo a contragosto. Acham também que é seu dever jornalístico informar tudo que ocorre no país e no mundo, inclusive o lado triste das coisas.

Mas há jornais, também, que "adoram" publicar esse tipo de noticiário. Como cada jornal tem o público que merece, essas publicações têm o seu público. E, desde que o mundo é mundo, sempre há os maus, os criminosos e os crimes, e nunca faltarão notícias sobre o assunto. Nesses jornais o crime é a matéria principal. Para se conseguir uma boa cobertura dos fatos policiais, são mantidas redes de informantes que funcionam 24 horas por dia, com os repórteres revezando-se em plantão. Seus postos de trabalho são os locais em que convivem os dramas da cidade: delegacias de polícia, hospitais e prontos-socorros, etc.

Certos repórteres policiais fazem até investigações por conta própria. Uma vez um repórter entrevistou todas as casas de uma rua até localizar a testemunha de um crime. Com isso ajudou a polícia a esclarecer um caso.

Mas além dos dramas acontecem também coisas engraçadas na reportagem policial. Como a daquele rapaz que brigou com uma firma de seguros. Ele havia caído do 12.º andar de um edifício em construção e queria receber uma indenização. O problema é que ele havia sofrido apenas uns arranhões. Devem estar discutindo até hoje... Ou, se o queixoso recebeu alguma coisa, não deve ter passado de um vidro de mercúrio cromo!

AS MAIORES REVISTAS DO MUNDO

Uma noite, o Tio Patinhas estava com insônia e pegou na estante um livro qualquer para ler. E — azar dele — o nome do livro era *Magnatas da Imprensa*. Curioso, o velho pato começou a ler sobre a vida de empresários que possuíam verdadeiros impérios jornalísticos e ficou com "água na boca" ao pensar que só possuía um único jornal, *A Patada*. No dia seguinte, consultou num anuário a relação das maiores revistas do mundo. E encontrou o seguinte panorama.

ESTADOS UNIDOS — *Reader's Digest:* mensal, edições em 13 línguas, em braille e edição sonora. Tiragem nacional: 17 milhões de exemplares; internacional: 11 milhões; em braille: 3 500. *Time:* semanal, edições nacional e internacional. Tiragem da edição nacional: 4,2 milhões de exemplares. *McCall's:* mensal. Tiragem: 8,5 milhões de exemplares. *TV Guide:* semanal. Tiragem: 13,7 milhões.

ITÁLIA — *Oggi:* semanal. Tiragem: 800 000 exemplares. *Gioia:* semanal. Tiragem: 400 000 exemplares.

FRANÇA — *Femmes d'Aujour d'hui:* semanal, edições em francês e flamengo. Tiragem: 1,6 milhão. *Paris-Match:* semanal. Tiragem: 1,5 milhão de exemplares.

ALEMANHA — *Hoer Zu:* semanal. Tiragem: 4 milhões. *Bunte Illustrierte:* semanal. Tiragem: 1,9 milhão. *Kluge Hausfrau:* semanal. Tiragem: 1,05 milhão.

INGLATERRA — *News of the World:* semanal. Tiragem: 4,2 milhões. *Woman:* semanal. Tiragem: 2,2 milhões.

Tio Patinhas acabou de ler a relação e mandou verificar quanto custava cada editora. Ficou maluco ao saber dos preços e desistiu de ser um magnata da imprensa. Quando conseguir uma editora pelo preço de mil cruzeiros, talvez se resolva a fazer negócio . . .

O CONSULTÓRIO SENTIMENTAL

Margarida ficou furiosa, quando viu seu namorado Donald ao lado da famosa estrela de cinema, Elizapata Taylor. Ficou tão magoada, que escreveu ao **consultório sentimental** de uma revista: "Vi meu namorado com outra. Que devo fazer? *Patinha Desconsolada"*. Logo depois, saiu a resposta: "Não julgue seu namorado precipitadamente. Talvez ele tivesse motivos para isso".

E Donald tinha. Ele estava simplesmente entrevistando Elizapata para fazer uma reportagem. Margarida não cometeu uma injustiça com Donald, criticando-o, graças ao consultório sentimental.

É para isso que existem as seções sentimentais nas revistas femininas e mesmo em jornais diários. Elas orientam aos que pedem conselhos sobre seus problemas amorosos. Esse tipo de coluna de consultas ficou tão importante que muitos jornais e revistas têm até psicólogos em comportamento social para responder às perguntas. O leitor escreve, mandando um pseudônimo no lugar do nome (como fez a Margarida) para ninguém saber sua verdadeira identidade, e depois recebe uma orientação ou um conselho dado por um especialista, que talvez o ajude a resolver o seu problema sentimental.

OS PRIMEIROS CINEGRAFISTAS

Quando o cinema apareceu, ele não foi encarado apenas como uma arte, mas também como uma nova forma de fazer jornalismo. Tanto assim que as primeiras filmagens de Lumière (inventor do *cinematógrafo)*, Gaumont e Meliès **documentavam** cenas como a chegada de um trem ou uma lição de como andar de bicicleta.

Mas foi Felix Meguisch o primeiro repórter cinematográfico contratado para viajar pelo mundo filmando tudo o que lhe parecesse interessante. Ele até ganhou o título de "Caçador de Imagens", quando filmou, em Paris, o desfile da vitória das Forças Aliadas, na I Guerra Mundial, em 14 de julho de 1919.

A reportagem científica foi iniciada pelo dr. Doyen, que, em 1899, realizou uma série de documentários médicos. Em 1908 apareceu o primeiro documentário cinematográfico de atualidades,

o *Pathé Journal*, instalado numa sala de projeções, em Paris. Em 1927, com o *Fox Movietone News*, o primeiro jornal narrado, os cinegrafistas ganhavam um novo recurso: o som.

Outro gênero de documentário que apareceu em seguida foi o *travelongue*, ou narrativa de viagens. Os repórteres cinegrafistas pioneiros no gênero foram H. G. Pointing, que, em 1912, filmou cenas do pólo Sul, e Robert Flaherty, que explorou o norte do Canadá para filmar *Nanook, o Esquimó*, completado em 1912, e também viveu na ilha de Samoa, para filmar *Moana*.

Na reportagem científica, destacaram-se Jean Pailevé, com *O Polvo* (1926) e *O Hipocampo* (1932). Outras películas que se tornaram marcos do início do jornalismo cinematográfico são *Viagem ao Congo* (1928), de Marc Allegret; a série de filmes africanos de Jean Rouch; a reportagem sociológica *A Linha Geral* (1929), do russo Sergei Eisenstein, e o documentário *Turksib* (1929), de Victor Turin, sobre a construção da ferrovia Turquestão—Sibéria.

NOTÍCIAS ELETRÔNICAS

Quando Peninha está num local distante — digamos, no Extremo Oriente — e quer mandar uma notícia urgente para *A Patada*, recorre ao **telex**. É um aparelho que recebe e transmite mensagens a distância. O seu transmissor tem teclas como uma máquina de escrever. De um lado da linha, é datilografada a mensagem. Do outro lado da linha, o receptor do telex recebe radioimpulsos que acionam suas teclas automaticamente, reproduzindo as palavras transmitidas pela estação de origem.

Se o Peninha quiser completar a notícia com ilustrações, poderá enviar **radiofotos**, fotografias transmitidas a distância através de ondas de rádio. O telex e a radiofoto são recursos modernos utilizados pela imprensa.

ESTRÉIA DE GALA

Enquanto vestiam seus *smockings,* Donald e Peninha quase estouravam de orgulho: tinham sido escolhidos para serem os apresentadores da grande estréia mundial do filme *Os Dez Mantimentos.* (O que os patos não sabiam é que era tudo obra do Tio Patinhas: o velho pão-duro tinha conseguido isso com o **seu** prestígio e queria aproveitar a ocasião para fazer propaganda — grátis, é claro — do seu jornal *A Patada . . .*)

Mas, à noite, lá estavam os

dois repórteres à entrada do luxuoso Cine Patox, todo iluminado por holofotes que focalizariam os grandes astros do cinema convidados para a estréia de gala. Muito prosa no seu *smocking* furta-cor, Peninha falava por todos os cotovelos ao microfone, enquanto Donald distribuía exemplares de *A Patada* e a multidão de fãs esperava, impaciente, os seus artistas favoritos para pedir autógrafos ou arrancar-lhes algum pedaço de roupa como lembrancinha.

O que ninguém sabia é que, no meio da multidão, dois malandros aguardavam a hora de agir. Tinham um plano maquiavélico: iam aproveitar a confusão para pedir autógrafos, também, às celebridades presentes. Mas sabem como? Em vez de dar um álbum de autógrafos ou uma folha de papel para os artistas assinarem, eles dariam . . . **talões de cheques!** Perceberam? Pois os pilantras

achavam que, no meio da confusão, as vítimas não perceberiam o golpe. Depois, era só ir descontar os cheques nos bancos onde os astros do cinema tinham dinheiro depositado!

Para não despertar suspeitas e ficar numa posição estratégica, os dois espertalhões tinham colocado um carrinho de pipoca bem no lugar onde os artistas milionários teriam de passar, e estavam disfarçados de pipoqueiros. Então, assim que o Peninha anunciou a chegada do famoso galã Juliovo

Gema, do diretor Alfredo Ihkichok e outras celebridades, os dois falsos pipoqueiros logo entraram em ação: começaram a colher autógrafos de tudo que era milionário presente e até estavam achando a coisa divertida. Pudera! Nunca tinham arranjado tanto dinheiro com tanta moleza!

Quando os dois malandros já estavam com uma pilha de cheques assinados e iam dar no pé, uma voz gritou:

— Alto lá! Vocês estão detidos!

Os dois ladrões pararam, espantadíssimos. A voz era do Tio Patinhas, que vinha acompanhado de um guarda.

— Prenda esses dois, guarda! — ordenou ele, furioso. — Esta estréia é patrocinada por **meu** jornal, *A Patada,* e esses sujeitos não me pagaram um centavo sequer para ter a **concessão** da venda de pipocas na porta do cinema!

Depois que a dupla foi parar na delegacia — já viu, né? — a polícia descobriu a pilha de cheques e os ladrões foram recolhidos ao xadrez.

— Pois é, amigos — comentava o Peninha, noticiando o fato —, o Tio Patinhas é fogo . . . ele acerta até sem querer!

RADIOAMADORES, ESSES INCANSÁVEIS SENTINELAS

Vovó Donalda veio do sítio e foi direto à casa do Mickey, explicando:

— Preciso de sua ajuda, Mickey. Minhas ovelhas estão doentes e preciso urgentemente de um remédio que só existe na Suíça.

Mickey ligou seu complicado aparelho de radiotransmissão e falou com um colega radioamador suíço. No dia seguinte, o remédio solicitado chegava a Patópolis no primeiro avião. Graças ao radioamadorismo, as ovelhas da Vovó foram salvas.

É assim que funciona o radioamadorismo, uma comunicação através de ondas curtas entre pessoas de diferentes pontos do mundo que querem conhecer-se e também se propõem a ajudar umas às outras.

Marconi, que patenteou o primeiro rádio e transmitiu sinais através do Atlântico em 1903, considerava-se um amador. A partir daí, muitas pessoas começaram a construir suas próprias estações de radiotransmissão, nascendo assim o radioamadorismo.

Com o tempo, o radioa-

madorismo mostrou sua utilidade nas comunicações em casos de emergência. Em 1954 e 1955, quando furacões destruíram todos os meios de comunicação nos Estados Unidos, os radioamadores transmitiram pedidos de socorro, ficando em seus microfones até trinta horas sem dormir.

No Brasil existe, desde 1969, a *Patrulha da Madrugada*, um grupo de radioamadores que fica no ar das 22 às 24 horas, transmitindo notícias urgentes.

O radioamador respeita um verdadeiro código de honra: transmitir e receber mensagens de emergência em que haja perigo de vida, não receber pagamento por qualquer serviço prestado e nem transmitir informações de caráter comercial.

EDIÇÕES ESPECIAIS

— O FOGUETE DE PATÓPOLIS ACABA DE CHEGAR A MARTE! — berrou o Peninha na redação, anunciando a manchete para o **segundo clichê** de *A Patada*. Logo depois, o jornal começou a ser reimpresso naquele dia.

Os jornais utilizam-se de vários meios para não deixar de publicar uma notícia urgente. Um deles é o segundo clichê, tiragem suplementar de um jornal à qual se acrescentam notícias e fotos de última hora. O outro é a **edição extra**, uma edição especial para cobrir determinado acontecimento de grande repercussão. Finalmente, a **segunda edição** é uma nova tiragem que traz uma notícia de última hora e que pode reproduzir parte da edição original ou ser completamente alterada.

A FOTOGRAFIA NO JORNALISMO

Quando o Peninha está lendo uma revista, tem sempre um "carona" ao seu lado. É o gato Ronrom que, apesar de não saber ler, gosta de ficar olhando as figuras (especialmente de peixes). Mas quem é que não gosta de olhar figuras?

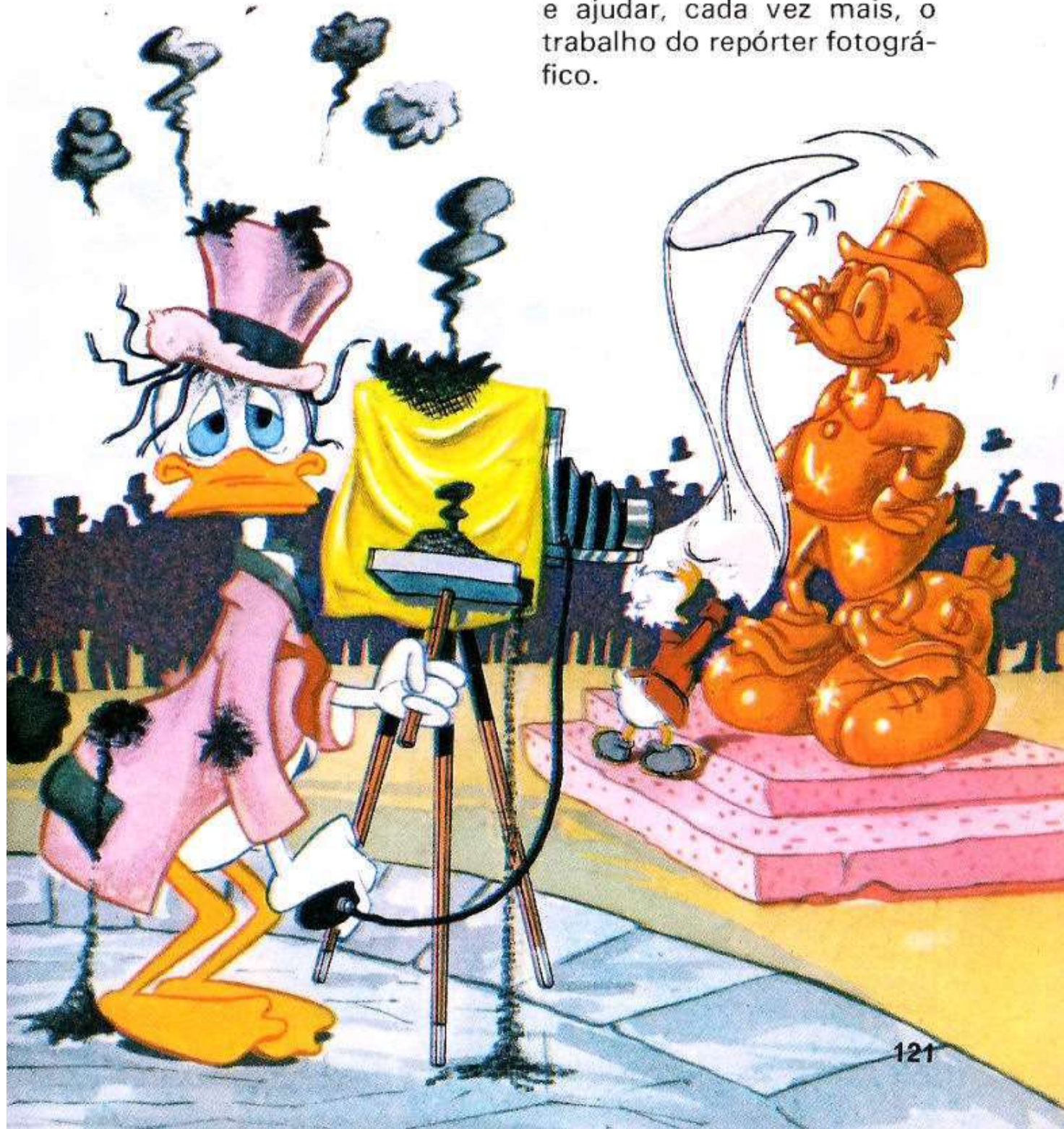
A invenção da fotografia foi um notável progresso na capacidade de informação da imprensa. Retratando com fidelidade e realismo as pessoas, cenários e objetos mencionados no texto, a foto complementa as informações escritas, satisfazendo a curiosidade do leitor.

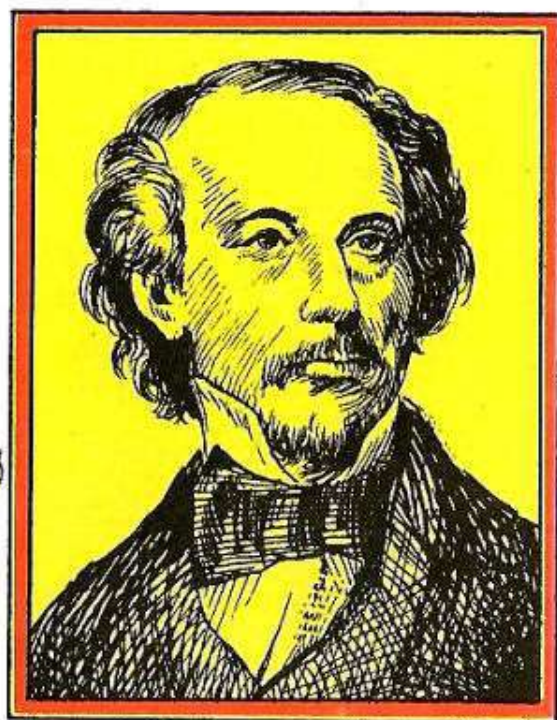
HISTORINHA DA MÁQUINA FOTOGRÁFICA

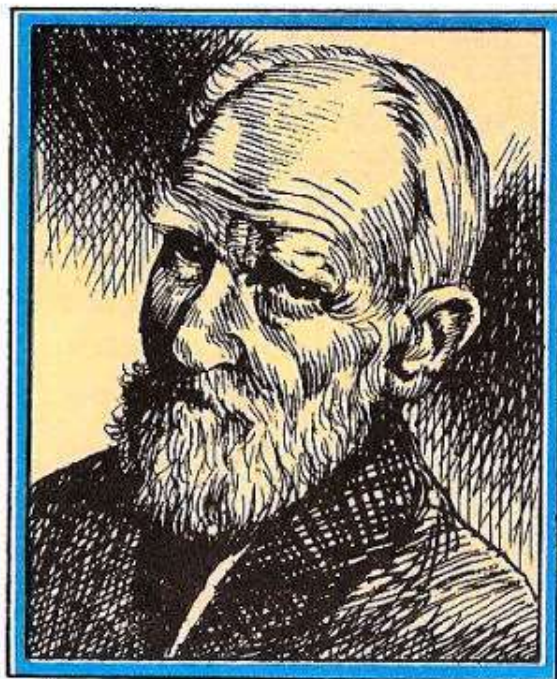
Daguerreótipo — imaginem só! — era o nome da primitiva máquina fotográfica, inventada em 1829 por um tal de Daguerre, francês. A geringonça fez furor, pois tirava uma foto em "apenas" 20 ou 30 minutos de exposição! Já em 1842 a máquina estava mais aperfeiçoada, tirando fotos em poucos segundos. Tanto assim que nesse ano, na Alemanha, Biow e Stelzner faziam a primeira foto jornalística de um incêndio em Hamburgo. Também o repórter americano Matthew Brady utilizou o daguerreótipo na cobertura da Guerra de Secessão. Só que o fotógrafo, junto com a pesada câmara, precisava carregar os ingredientes necessários à preparação da chapa. Tudo isso dava um volume tão grande que exigiria uma carroça para seu transporte. E carregar essa verdadeira "mudança" sob o fogo da batalha era coisa para herói.

Aos poucos, os processos fotográficos foram-se aperfeiçoando. Em 1886 aparecia o *flash* de pólvora para fotografar à noite; em 1888 a fábrica Kodak começava a vender as primeiras câmaras portáteis para filmes. Em 1929 aparecia o

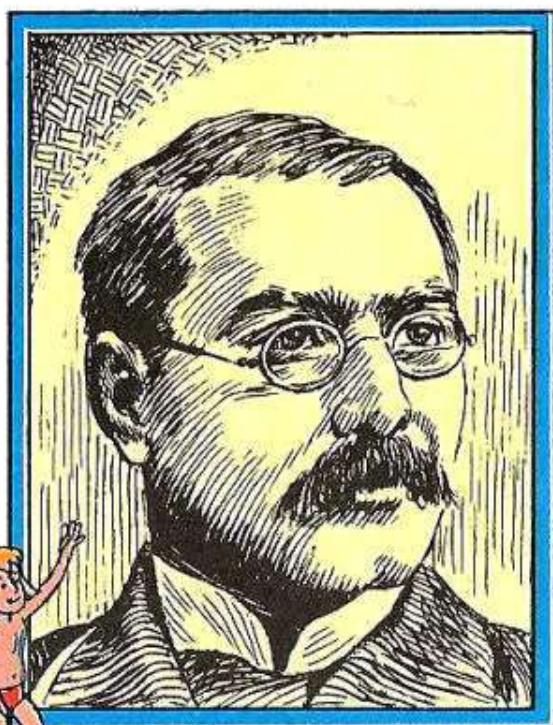
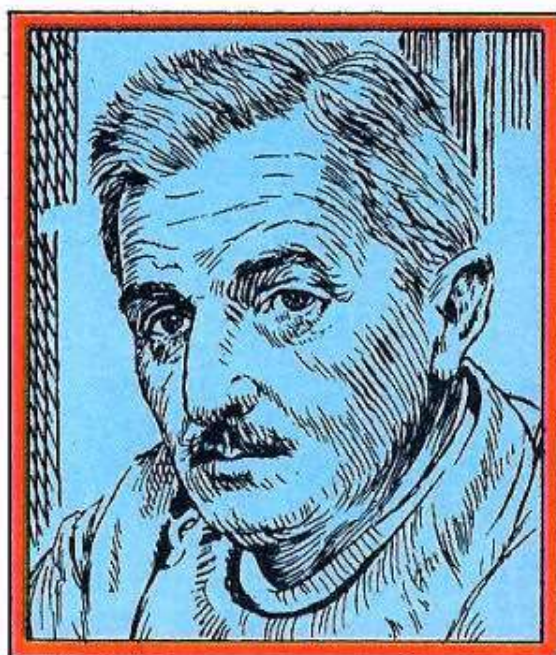
flash de lâmpada. Esse sistema também foi melhorado com o *flash* eletrônico, que dispensa a troca da lâmpada cada vez que se tira uma foto.

Atualmente, os fotógrafos usam uma ou duas câmaras, pequenas, eficientes e práticas. Esses aparelhos são dotados de **fotômetro** (que mede a intensidade da luz no ambiente a ser fotografado), **telêmetro** (para focalizar o objetivo), etc. Além disso, há acessórios que aumentam os recursos do fotógrafo, tais como a lente **grande angular,** a **teleobjetiva, filtros,** objetivas ultravelozes, capazes de fotografar em 1/2 000 de segundo. Todos esses aperfeiçoamentos técnicos vieram facilitar e ajudar, cada vez mais, o trabalho do repórter fotográfico.

JORNALISTAS ESCRITORES

DICKENS

Charles Dickens (1812-1870) foi um dos maiores romancistas ingleses de todos os tempos. Quem não conhece uma destas obras: *Oliver Twist, David Copperfield, Contos de Natal, Aventuras de Mr. Pickwick*? Pois ele começou sua carreira de escritor como jornalista. Após uma infância difícil devido à pobreza, Dickens, aos 20 anos, começou a trabalhar no jornal *True Sun,* onde sua função era relatar reuniões parlamentares e campanhas eleitorais. A partir daí, trabalhou em diversos jornais como repórter, até que, aos 22 anos, escreveu uma curta narrativa, que foi publicada por uma revista. Em 1835, publicou sua primeira obra: *Sketches by Boz (Rascunhos por Boz),* dando início à sua carreira de escritor.

SHAW

Quando começou a escrever, George Bernard Shaw fazia crítica de obras de arte para publicações como *Pall Mall Gazette, The World, The Star* e *Saturday Review.* Depois, esse irlandês, nascido em Dublin em 1856, deixou de criticar as obras alheias e começou a escrever suas próprias peças, onde criticava a sociedade humana. De sua obra destacam-se: *Homem e Super-Homem, Androcles e o Leão, Pigmalião* e *Comédias Desagradáveis. Pigmalião* é a peça mais popular de Shaw. Transformada num espetáculo musical de teatro e cinema, com o título de *My Fair Lady (Minha Formosa Dama),* foi apresentada no mundo inteiro. Em 1925, Shaw recebeu o Prêmio Nobel de Literatura. Morreu em 1950, com 94 anos de idade!

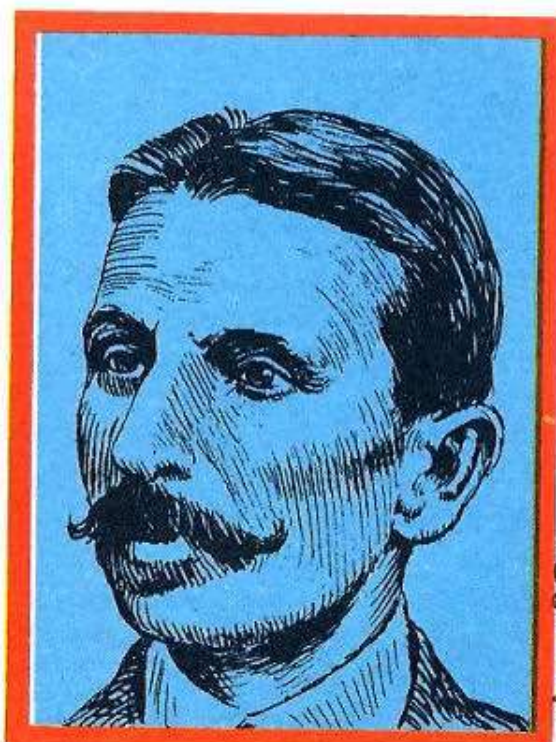
KIPLING

Joseph Rudyard Kipling foi um grande escritor e poeta de língua inglesa, embora nascido na Índia, em 1865. Foi educado na Inglaterra, mas em 1882 voltava à terra natal, onde começou a trabalhar na *Civil and Military Gazette*. Logo se tornou um respeitado repórter e seus poemas e contos também eram publicados pelo jornal. Em 1886, seu primeiro livro de poesias foi bem recebido pelos ingleses e indianos. No ano seguinte, Kipling tornou-se editor-assistente do *Allahabad Pioneer*, quando resolveu dedicar-se também à criação de obras de ficção. *O Livro da Jângal*, onde ele conta a história de Mowgli, o menino criado na selva entre os lobos, é a sua obra mais famosa. Recebeu o Prêmio Nobel de Literatura em 1907 e morreu em Londres, em 1936.

FAULKNER

William Faulkner nasceu em 1897, no Mississípi, Estados Unidos. Antes de se tornar escritor, exerceu as mais variadas atividades: foi pintor de telhados, empregado de livraria, carpinteiro. Em 1919 começou a colaborar em periódicos: a revista *The New Republic* publicou o seu primeiro poema, *A Tarde de um Fauno*. Faulkner nunca foi um "caçador de notícias", mas seus trabalhos literários começaram a ser conhecidos através de jornais e revistas. Colaborou também nas publicações da Universidade de Mississípi, enquanto estudou lá durante um ano. A partir de 1930, várias revistas americanas, entre as quais a famosa *Saturday Evening Post*, publicaram contos de Faulkner, que recebeu em 1950 o Prêmio Nobel de Literatura e, por duas vezes, o Prêmio Pulitzer. Faulkner faleceu em 1962.

HEMINGWAY

Oak Park, em Illinois, nos Estados Unidos, lugar onde Ernest Miller Hemingway nasceu, em 1898, e passou a infância, seria muitas vezes lembrado em seus famosos romances. Com apenas 19 anos ele abandonou sua casa e começou a trabalhar como repórter no *Kansas City Star.* Participou da Primeira Guerra Mundial, primeiro na França e depois no Oriente Próximo, como correspondente do *Toronto Star.* Durante toda a sua vida, Hemingway buscou emoções fortes, participando de lutas, caçadas, boêmia e admirando touradas, experiências que relatou em seu trabalho jornalístico e em seus livros: *Adeus às Armas, O Velho e o Mar, Por Quem os Sinos Dobram* e outros que lhe dariam o Prêmio Pulitzer, em 1954, e o Nobel de Literatura, em 1953. Hemingway morreu em 1961.

EUCLIDES DA CUNHA

Euclides Rodrigues Pimenta da Cunha nasceu em Cantagalo, Estado do Rio, em 1866. Começou a cursar a Escola Militar, mas foi expulso, em 1888, por causa de um gesto de protesto contra o regime monárquico da época. Isso mudou o seu destino: Euclides seguiu para São Paulo e começou a escrever para o jornal *A Província de S. Paulo,* na seção "Questões Sociais". Em 1897, o jornal, já sob o nome *O Estado de S. Paulo,* encarregou Euclides de ir como enviado especial para a cobertura da guerra de Canudos, na Bahia, uma rebelião monarquista num Brasil já republicano. De suas impressões sobre o conflito nasceria depois *Os Sertões,* uma das obras-primas de nossa literatura. Euclides morreu em 1909.

A OPINIÃO DO JORNAL

Certa manhã, uma das "piscinas" de dinheiro do Tio Patinhas amanheceu vazia. Alarmado, o rico pato deu parte à polícia. Além disso, publicou um vigoroso **editorial** no jornal *A Patada*, pedindo às autoridades melhor policiamento da cidade.

Editorial é a palavra do editor, a opinião do jornal sobre determinado assunto de interesse público. Antigamente chamava-se **artigo de fundo** ou **comentário** e tinha mais força e influência do que agora. No tempo do Império, por exemplo, um artigo de fundo do *Jornal do Comércio*, do Rio de Janeiro, podia fazer até um ministro perder o posto.

Além de informar, o editorial traz a opinião e a interpretação de uma notícia ou um acontecimento segundo a linha de pensamento seguida pelo jornal.

Quando o editorial de *A Patada* fazia furor, Tio Patinhas percebeu que não havia sido roubado. Tinha mandado transferir, na véspera, o dinheiro para outro local a fim de mandar fazer a limpeza daquela "piscina". Telefonou, então, à polícia comunicando o engano, mas o delegado respondeu:

NOSSO AMIGO ALMANAQUE

Naquela tarde, o Gilberto estava "fuçando" impacientemente na estante. Punha de lado os compêndios de física nuclear, os dicionários etimológicos, os tratados de astronomia. Enfim, encontrou o que procurava: um **almanaque.** Não se espantem. Até um intelectual como ele precisa, às vezes, ler algo mais divertido e alegre para descansar a "cuca", não é?

E almanaques são catálogos muito interessantes. Publicados periodicamente, trazem matérias variadas, como calendário com a distribuição do ano em meses, semanas e dias; dados astronômicos; artigos científicos e literários; anedotas; curiosidades, etc.

A palavra almanaque vem do árabe *al-manak*, que significa "lugar onde o camelo se ajoelha, parada numa viagem". A palavra *parada* foi usada depois para indicar as paradas do Sol nos signos do zodíaco e o livro que falava sobre o assunto.

O almanaque mais antigo que se conhece está hoje no Museu Britânico. É egípcio, escrito sobre papiro e data de 1 200 a.C. Outros povos antigos também redigiram textos semelhantes em pergaminhos. Mas o primeiro almanaque impresso só foi publicado em Viena, em 1457, por Purbach. Em 1473 apareceu o *Regiomontano*, de Johann Muller, cujas tábuas astronômicas foram usadas por Colombo e Vespúcio. A partir daí, a Inglaterra, a França, a Alemanha e os Estados Unidos também começaram a editar publicações desse gênero.

No Brasil, os mais curiosos que apareceram foram o *Almanach Històrico do Rio de Janeiro*, publicado por Duarte Nunes no século XVIII, e o *Almanaque das Fluminenses*, de 1890, dedicado às senhoras.

Os almanaques se popularizaram no Brasil a partir do início deste século. Em 1912 aparecia o *Almanaque do Pensamento;* em 1920, o *Almanaque do Biotônico Fontoura;* em 1938, o *Almanaque Brasil* e, em 1949, o *Almanaque Renascimento.*

O mais famoso é o almanaque do Biotônico Fontoura, criado por sugestão de Monteiro Lobato, que fez o texto com histórias do *Jeca Tatu*, personagem que apareceu pela primeira vez no seu livro *Urupês*, em 1918. É uma publicação muito apreciada no interior do Brasil, pois traz informações úteis para as pessoas do campo.

O JORNAL DE DOMINGO

Tio Patinhas adora folhear a edição dominical de *A Patada*. Por uma razão muito $imples: é que aos domingos seu jornal vem cheinho de anúncios e com isso ele ganha um montão de dinheiro...

Mas por que a maioria das pessoas prefere que seus anúncios saiam nos jornais de domingo? É que nesse dia normalmente não se trabalha e todo mundo tem mais tempo para ler o que lhe interessa: ofertas de emprego, compras e vendas de casas, apartamentos, terrenos, automóveis, máquinas, etc.

No Brasil, o jornal *O Estado de S. Paulo* é o que tem a edição mais "gorda" aos domingos: doze cadernos repletos de anúncios, mais os suplementos Agrícola, Feminino, Literário e de Turismo. Esta edição, que chega a ter de 220 a 250 páginas, começa a ser preparada na sexta-feira. Parte do jornal é feita com antecedência, deixando-se apenas espaço vago para imprimir no domingo de madrugada as notícias de última hora. Nas edições de Natal e Ano Novo, o número de anúncios é ainda maior!

A maior edição dominical da imprensa mundial é a do jornal americano *The New York Times*.

COMO SE FAZ UM JORNAL ESCOLAR

Zezinho estava empolgado demais com as "aventuras" jornalísticas do tio Donald. E cismou que também queria ser jornalista. Mas, ao saber que ainda não tinha idade para isso, ficou aborrecido.

— Não seja por isso — disse-lhe Donald. — Você pode fazer um jornalzinho na escola. Aí você já vai treinando para o dia em que for jornalista profissional.

— Boa idéia! Mas . . . como faço um jornalzinho?

— É fácil — continuou Donald. — Primeiro você reúne uma turminha que queira ajudar a fazer o jornalzinho. Depois, é preciso arranjar um mimeógrafo para imprimir, se não quiser que a tiragem do jornalzinho seja de apenas um exemplar, o que seria muito chato. Pelo menos um dos redatores deve saber escrever a máquina para datilografar no estêncil as matérias do jornalzinho.

— Só isso? — perguntou Zezinho, muito interessado.

— Não. O mais impor-

tante vem agora. Antes de começar, você deve definir as seções do jornal, assim:

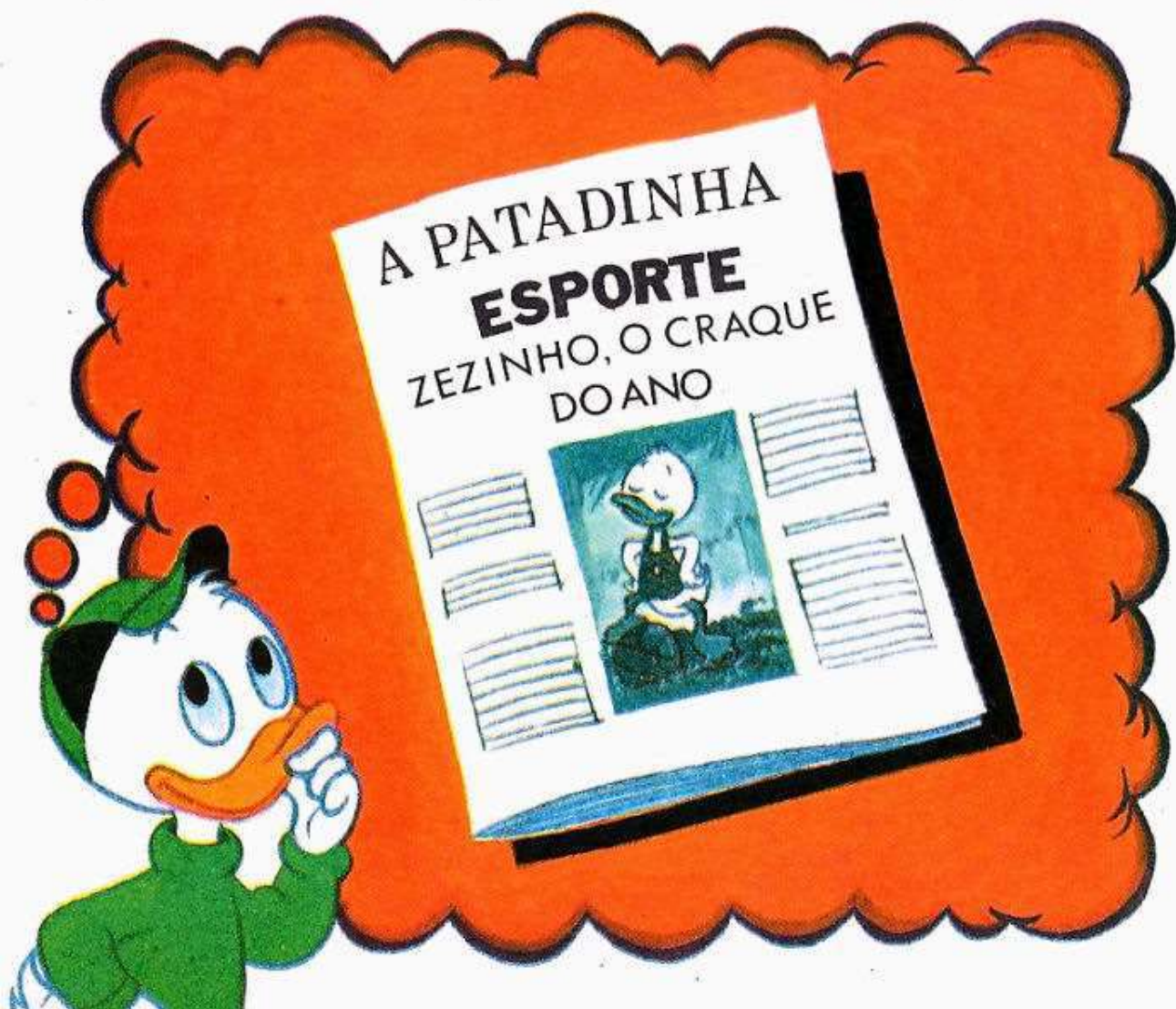
Atualidades — É o noticiário de caráter geral, mas preferencialmente de interesse dos alunos do colégio, como novas descobertas da ciência, novas normas de ensino, inauguração de novos cursos e escolas, alteração nos quadros diretivos do ensino (mudança de ministro, secretário da Educação, diretor, etc.).

Cinema e teatro — Indicações e críticas dos filmes e peças em cartaz na cidade.

Artes e literatura — Noticiário sobre atividades artísticas em geral; informações sobre livros antigos e novos e seus autores; crítica literária.

Esporte — Cobertura das atividades esportivas, principalmente daquelas que possam interessar mais diretamente aos seus colegas: competições internas e outras que envolvam seu colégio ou a classe estudantil.

Sociais — Aniversário de alunos, professores e funcionários, festas e convescotes promovidos pela escola, por um aluno, etc.

Humorismo — Anedotas e charges, em que comumente figuram alunos da escola como personagens. Só não se deve usar a seção para ridicularizar um colega; muito menos um professor.

Estas são as seções principais, mas você poderá criar outras, como a coluna do leitor, o editorial, etc. Toda a equipe redacional deve estar sempre por dentro dos acontecimentos, principalmente quanto aos fatos que acontecem dentro da escola. Cada seção — é óbvio — deve ficar a cargo do redator que entenda mais do assunto. Depois, provavelmente aparecerão muitos colaboradores. As colaborações serão recebidas, e selecionadas pelo redator-chefe para serem ou não publicadas.

Mal Donald acabou de falar, Zezinho saiu correndo para reunir a sua turminha. Mas ainda gritou:

— O nosso jornal vai se chamar *A Patadinha,* tio!

O JORNALEIRO, UM MADRUGADOR

De madrugada, enquanto você está dormindo, muitas pessoas já estão trabalhando. Uma delas é o jornaleiro que, a partir das 3h30 da madrugada, já está nas agências distribuidoras comprando revistas para sua banca. (Só os jornais são entregues diretamente aos jornaleiros nas bancas.) Depois ele ainda tem que abrir e arrumar a banca para, então, começar a atender os fregueses.

Por lidar diretamente com o público, o jornaleiro é sempre uma figura muito popular. Além de vender revistas, também é procurado para dar mil e uma informações aos passantes. Por isso tudo ele é homenageado no Brasil em 15 de novembro, Dia do Jornaleiro.

ESCOLAS DE JORNALISMO

Antigamente, quando o "foca" (jornalista principiante) entrava numa redação de jornal, enfrentava um mundo hostil. Os profissionais veteranos estavam sempre prontos para "dar o bote", preparando brincadeiras de mau gosto para gozá-lo.

Hoje, o "foca" não é mais ridicularizado. Apesar de ser um principiante, ele já conhece melhor o processo jornalístico. Não é mais um curioso que apenas tem vontade de aprender jornalismo. E só pode começar a trabalhar numa redação após ter cursado uma **faculdade de jornalismo.**

Isso não quer dizer que a prática não seja importante. Mesmo com o diploma, só exercendo a profissão é que um profissional se torna realmente bom.

Para formar o bom profissional de imprensa, Robert Lee fundou a primeira escola de jornalismo nos Estados Unidos em 1869. Logo foram aparecendo outros cursos semelhantes em todo o mundo. Na Inglaterra, os estudos de jornalismo se iniciaram em 1920 na Universidade de Londres.

No Brasil, a primeira escola desse tipo foi a Faculdade de Jornalismo Cásper Líbero (atual Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero), fundada em São Paulo em 1947. Hoje há vários cursos de jornalismo de nível superior por todo o país. Entre os principais destacam-se: o da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, o da Universidade de Brasília, o da Faculdade de Filosofia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e o da já citada Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero.

O curso de jornalismo tem a duração mínima de três anos. Geralmente os professores são profissionais de imprensa, que reúnem condições para ensinar teoria jornalística aliada à prática profissional.

Como o jornalismo é uma profissão que requer grande cultura geral, o currículo da faculdade é bastante variado. Além das disciplinas técnicas, como, por exemplo, **Técnica de Jornal e Periódico, Administração de Jornal e Publicidade,** há matérias como **Estudos Sociais e Econômicos, Civilização Contemporânea, História** e **Geografia do Brasil,** entre outras.

QUANDO UM IATE ANCOROU NA RUA

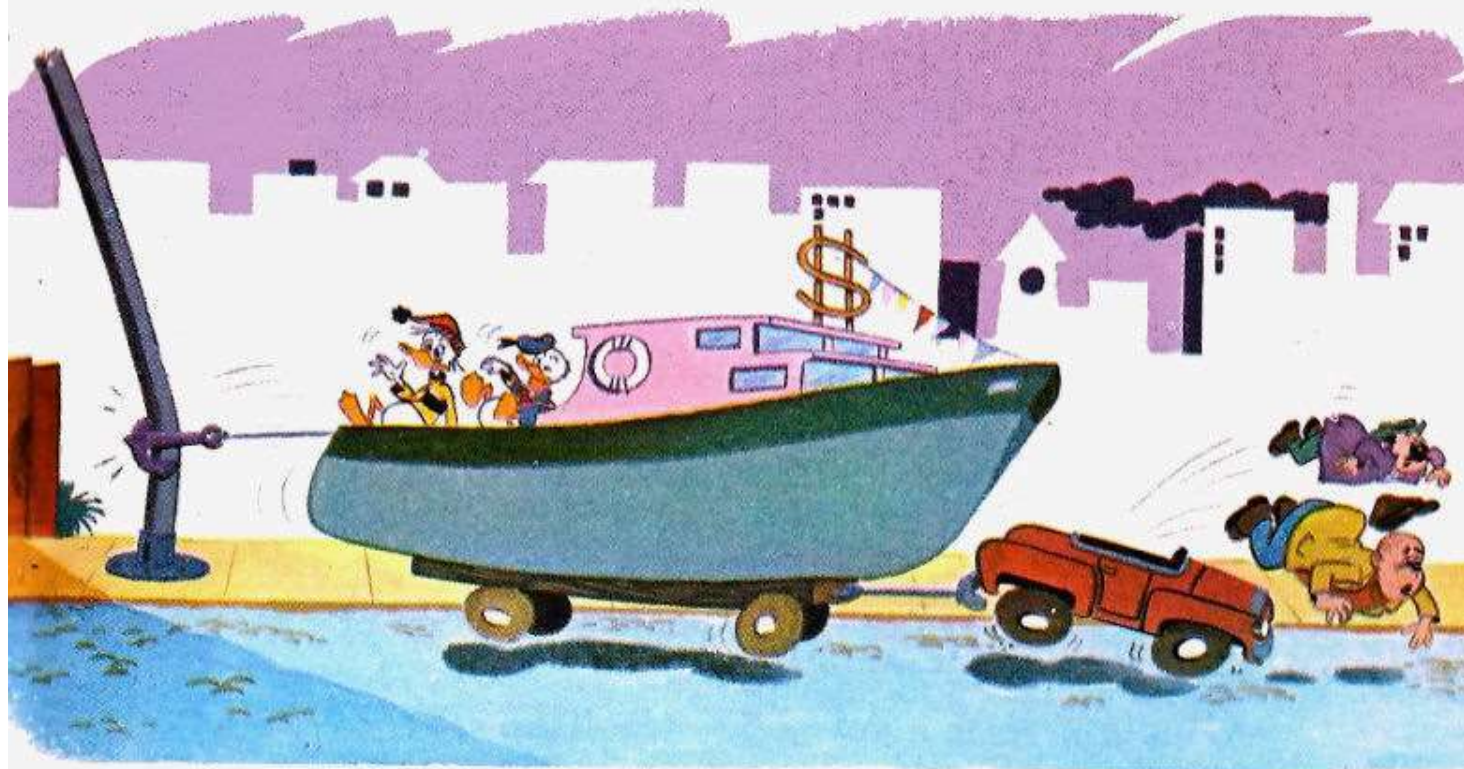
Donald e Peninha saíram da redação de *A Patada* com uma incumbência até bacana: fazer a cobertura da Exposição de Iates de Patópolis.

Quando chegaram ao local, ficaram de bico caído: havia barcos de todo jeito, cada qual mais bonito que o outro. Basta dizer que o mais michuruca era o iate *Novo Rikko,* que tinha cortinados de veludo e casinha de cachorro, mas ainda foi considerado cafona por alguns. Os mais chiques e caros, então, tinham de tudo, desde repuxos de limonada até morrinho para empinar papagaio.

Os iates produzidos pelos Estaleiros Patinhas também estavam lá representados. O mais luxuoso era o *Cifrão dos Mares,* um barco espetacular com mastros em forma de cifrão.

Os nossos repórteres tiveram então uma idéia: fazendo uma boa reportagem sobre o *Cifrão dos Mares* talvez conseguissem finalmente aquele sonhado aumento de 65 cruzeiros que estavam pleiteando havia dois anos.

Para melhor descrever o iate, a dupla subiu a bordo. De repente, aconteceu algo de estranho: os dois começaram a sentir enjôo, como se estivessem navegando em alto-mar. Só aí repararam que, de fato, o iate estava balançando muito, até demais para um barco estacionado no chão. Olharam então por uma das vigias e levaram **aquele** susto: o *Cifrão*

dos Mares estava correndo em pleno centro de Patópolis, sobre uma carreta rebocada por um automóvel ocupado pela conhecida dupla de ladrões Bigode e Boné. Num dado momento... PLONC! CLANC! CRÁS! — o carro levou um violento tranco, detendo-se subitamente. Com o tranco, os dois larápios foram jogados para fora do carro e entraram de cara num tapume, ficando encalacrados. É que o Peninha havia jogado a pesada âncora do iate na rua e ela (a âncora) enganchou um poste de iluminação.

Ao saber que um dos seus iates expostos fora roubado, Tio Patinhas correu para dar parte à polícia. No caminho, passou casualmente pela mesma rua onde havia "ancorado" o iate, com Donald e Peninha a bordo. Só teve o trabalho de chamar um guarda para efetuar a prisão dos ladrões, que ainda estavam presos no tapume em que enfiaram as cabeças.

No dia seguinte, *A Patada,* em vez de noticiar a exposição de iates, saiu com um relato minucioso dos lances do roubo do *Cifrão dos Mares,* escrito pelas próprias testemunhas da ocorrência, que eram os repórteres. Com isso, "furou" todos os outros jornais patopolenses.

Mas o Tio Patinhas é mesmo o rei dos sovinas: em vez de recompensar os dois heróis, ainda ficou furioso. Só porque a amurada do luxuoso *Cifrão dos Mares* ficou entortada como um cifrão, com o tranco que levou. Agora, em vez do aumento, os dois patos serão descontados do salário em Cr$ 50,00 todo mês durante 54 anos, até pagarem todos os prejuízos... Assim não há repórter que agüente!

REVISÃO, A CAÇA AOS ERROS

Quando pegamos um jornal ou uma revista para ler, escolhemos primeiro os assuntos de que gostamos mais. E, se começamos a ler um artigo ou notícia que não nos interessa, nada nos impede de pular um trecho ou até mesmo virar a página . . .

Isto é uma coisa que um **revisor** nunca pode dar-se ao luxo de fazer. Ele tem de ler **todos** os textos antes que sejam definitivamente impressos e, seja qual for o assunto, prestar a máxima atenção, para não deixar escapar erros. É que, às vezes, uma palavra fora do lugar ou a falta de uma simples vírgula podem mudar todo o sentido de uma frase e até criar graves mal-entendidos. Para evitar isso, a oficina encarrega-se de tirar algumas **provas tipográficas** que o revisor compara com o original e rabisca à vontade, apontando os erros (ou "gatos") para serem corrigidos.

Para indicar os erros de uma prova de texto, o revisor usa um código de sinais, conhecido em todas as redações e oficinas de jornais e revistas (embora possa haver pequenas variações de critério entre revisores ou empresas). Veja, no exemplo ao lado, como fica uma prova depois de passar pelas mãos de um revisor. Parece complicado, não é mesmo?

Mas não para quem lida diariamente com o assunto. Para o revisor, esse código é um verdadeiro alfabeto de garranchos com o qual ele tem de se familiarizar, porque seu trabalho vai depender disso, assim como do perfeito conhecimento de gramática, ortografia e normas literárias, grau de cultura geral, capacidade de observação, etc.

A função do revisor é ingrata e espinhosa. Ninguém toma conhecimento dos muitos erros que ele corrige; em compensação (?), qualquer errinho que ele deixar passar chamará a atenção de todos os leitores.

Antepor linha

Grifo	A Patada resóveu promover este ano	Acrescentar letra
Negrito	Dia da Vovó, preparando uma ggrande	Suprimir letra
Substituir letra	sesta, que será realiazda próximo no	Transpor letras ou palavras
Substituir palavra	sábado, no saguão doj ornal.	Ligar à palavra seguinte
Ligar à palavra anterior	Par ahomenagear todas as vovos de	Acrescentar acento
	Patópolis, umacomissão formada pe los	Unir
Separar	repórteres Peninha, Donald, Juca e Pa-	Alinhar letras
	tão escolheu Vovó donalda como a "Vovó	Caixa alta
Virar a linha	do Ano".	
Parágrafo	Ao receber a notícia em seu Sítio,	Caixa baixa
Deixar como está	Vovó DONALDA ficou tão feliz que prepa-	Caixa alta e baixa
	rou uma deliciosa torta torta de maçã	Suprimir palavra
Recuo para a esquerda	para os repórteres *A Patada*.	Acrescentar palavra

O FOTÓGRAFO DO VELHO OESTE

Figuras típicas como índios, pioneiros, soldados, caçadores de ouro e outros tipos humanos do velho oeste fizeram parte do grande cenário que o fotógrafo americano William Henry Jackson (1843-1942) retratou. Ele fixou as imagens da realidade geográfica, geológica e humana do território que vai de Montana ao Novo México e da Califórnia ao Nebraska.

As milhares de fotos que Jackson tirou entre 1866 e 1885 foram reunidas no álbum *The Picture Maker of the Old West (O Retratista do Velho Oeste)*. Seu trabalho foi tão importante que inspirou o Congresso americano a criar o Parque Nacional de Yellowstone.

CINEGRAFISTA FILMA SUA PRÓPRIA MORTE

O trabalho de um jornalista também pode, às vezes, tornar-se um depoimento histórico. É o caso, por exemplo, do cinegrafista Leonardo Henricksen que, no dia 29 de junho de 1973, estava filmando um motim militar no Chile, quando foi atingido e morto por dois tiros.

Apesar de ferido, ele continuou filmando as cenas que constituem agora o documento mais importante do processo militar para desvendar o motim. Os dois últimos minutos do filme de Henricksen registram os disparos que o mataram.

REVISTAS DE QUADRINHOS NO BRASIL

Pergunte ao vovô qual a revista infantil que ele lia em criança e você ouvirá um suspiro saudoso:

— Ah! Era *O Tico-Tico!...*

Foi a primeira revista do gênero no Brasil. Criada por Luís Bartolomeu de Sousa e Silva, apareceu em 1905. As histórias de Chiquinho e seu cachorro Jagunço ficaram tão populares que muitos a julgavam brasileira. Na verdade, era uma criação dos americanos Richard Outcault, Buster Brown e Tiger.

Os tipos nacionais surgiram com Luís Sá: Reco-Reco, Bolão e Azeitona; Max Yantok: Kaximbown, Pipoca, Pandareco e Pára-Choque; Théo: Tinoco, o caçador de feras; Osvaldo Storni: Pernambuco, o marujo; J. Carlos: Lamparina, Jujuba e Carrapicho. Estes e outros foram os precursores do gênero no Brasil.

Em março de 1934 Adolfo Aizen lançava no Rio de Janeiro o *Suplemento Juvenil,* inaugurando uma nova fase na história das histórias em quadrinhos no Brasil. O *Suplemento Juvenil* apresentaria Jim das Selvas, Flash Gordon, Mandrake, Dick Tracy, Tarzan, Príncipe Valente, Terry e outros heróis que logo caíram no gosto do público. Depois surgia, também no Rio, *O Globo Juvenil,* de Roberto Marinho, que lançou no Brasil Ferdinando, Brucutu, Zé Mulambo e outras grandes histórias. O *Gibi* viria mais tarde fazer companhia a *O Globo Juvenil*. Eram todas revistas semanais, com histórias em continuação. Mas isso iria mudar com o lançamento de *Gibi Mensal,* do *Lobinho* e outras, com histórias completas. O *Gibi Mensal* marcou época, popularizando os quadrinhos de tal maneira que *gibi* acabou sendo sinônimo de revista em quadrinhos.

A *Gazetinha* apresentou o Fantasma, Brick Bradford, Ella Cinders e histórias nacionais de Messias de Mello, como Audaz, o demolidor.

Com o sucesso alcançado, Aizen fundou em 1945 a Editora Brasil-América (Rio), especializada em revistas em quadrinhos, publicando obras de José de Alencar e outros grandes escritores nacionais e estrangeiros em forma de quadrinhos. Lançou também as revistas *Mindinho, Batman, Tarzan, Tom & Jerry;* os heróis brasileiros Judoka e Capitão Atlas, e muitas outras atrações.

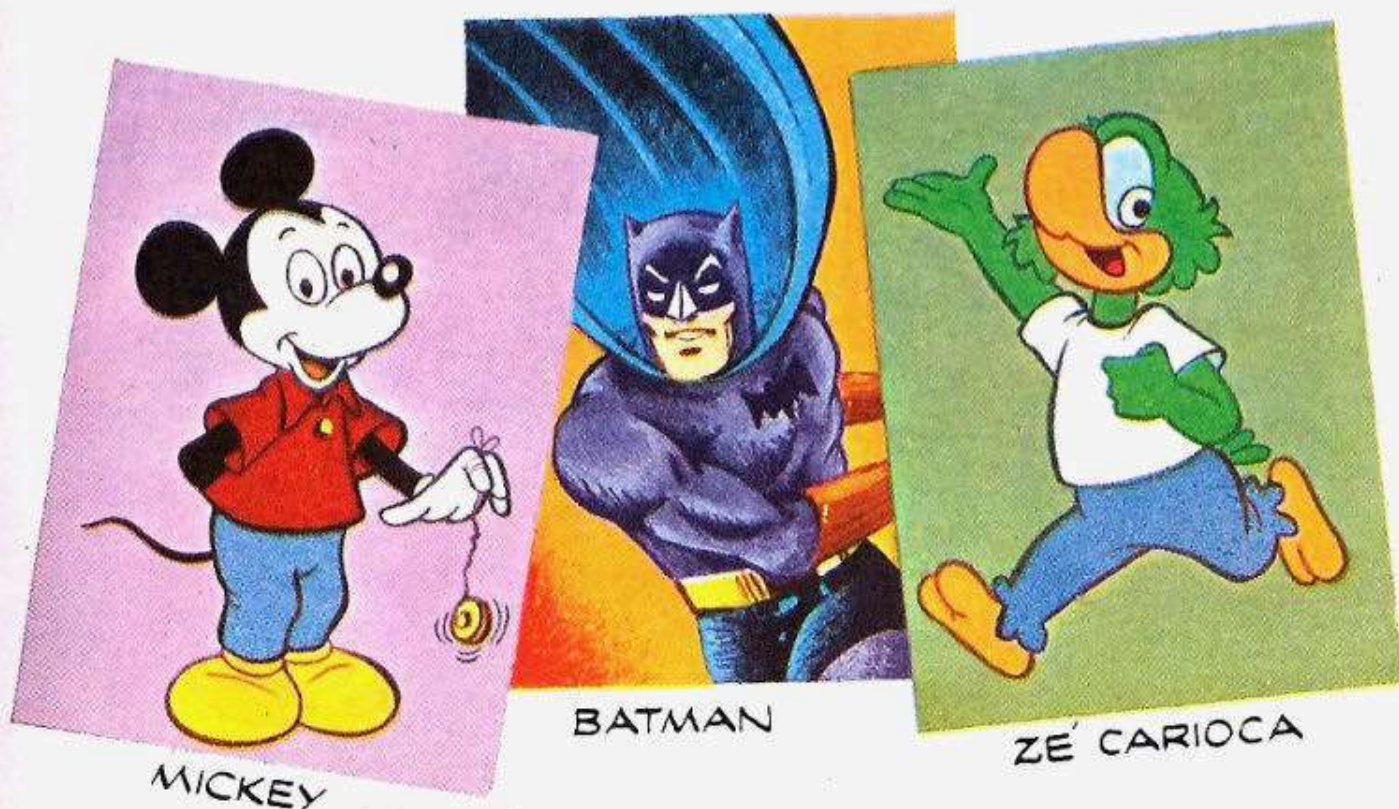
DONALD FANTASMA BRICK BRADFORD

Outras revistas apreciadas foram: *O Guri, Mirim, Sesinho* (editado pelo Sesi – Serviço Social da Indústria), *Vida Juvenil, Vida Infantil,* etc.

Nos anos 50 a Editora La Selva, de São Paulo, contribuiu para o enriquecimento dessa galeria de revistas apresentando em quadrinhos ídolos populares do Brasil como: Fuzarca e Torresmo, Arrelia e Pimentinha, Mazzaropi, Oscarito e Grande Otelo.

O ano de 1950 marca o aparecimento da Editora Abril, de São Paulo, no cenário, com o lançamento de *O Pato Donald.* Posteriormente, com a publicação de *Mickey, Zé Carioca* e outras revistas com os personagens criados pelo gênio de Walt Disney, a Abril escreveria um capítulo importante na história das revistas em quadrinhos no Brasil. Em 1970, a empresa lançava a revista *Mônica,* com a popular personagem-título e todos os tipos criados e produzidos por Maurício de Sousa. Atualmente a Abril publica cerca de 30 revistas infantis em quadrinhos, que agradam também aos adultos.

Longo foi o caminho percorrido pelas revistas em quadrinhos para se afirmarem como veículos instrutivos de comunicação, e não apenas de caráter recreativo. Mas hoje as revistas brasileiras em quadrinhos empregam cada vez mais talentos brasileiros, criando, aos poucos, um estilo nacional nessa popularíssima forma de arte e comunicação de massa.

MICKEY BATMAN ZÉ CARIOCA

COMUNICAÇÃO ENGARRAFADA

É muito comum, nas novelas e histórias em quadrinhos, um náufrago, perdido na imensidão do oceano, lançar ao mar uma garrafa contendo alguma mensagem de socorro. Dias ou semanas depois, um navio avista a garrafa e o náufrago é salvo.

Pois a coisa não é mera fantasia. Já se usaram muitas garrafas como meio de comunicação de quem não tinha outro recurso. E as garrafas mensageiras não apenas salvaram vidas humanas, como forneceram importantes informações científicas sobre as correntes marítimas.

Embora seja um meio rudimentar e um tanto incerto de se mandar mensagens, uma garrafa, se lançada numa corrente marítima, como a corrente do Golfo, ao longo das Antilhas, poderá percorrer cerca de 200 quilômetros por dia.

Conta Gordon Gaskill* que a mais longa viagem empreendida por uma garrafa jogada ao mar foi concluí-

da em 1935. Jogada ao sul do oceano Índico, entre as ilhas de Kerguelen e Tasmânia, em 1929, por uma expedição científica alemã, ela (a garrafa) chegou ao extremo sul do continente americano, dobrou o cabo Horn, atravessou o Atlântico sul e voltou para o Índico, completando a viagem de circunavegação do globo terrestre, na Austrália, em 1935. Percorrera cerca de 16 800 milhas náuticas (mais de 30 000 km) em 2 447 dias, à razão de 6,8 milhas por dia.

** Seleções do Reader's Digest, julho de 1959.*

O PRIMEIRO EM PORTUGAL E NO BRASIL

A *Gazeta,* de Lisboa, foi o primeiro jornal a aparecer em língua portuguesa. Começou a circular em 1641.

No Brasil, o primeiro jornal editado, como vocês viram, foi a *Gazeta do Rio de Janeiro,* cujo número 1 saiu num sábado, dia 10 de setembro de 1808. Dizia, numa nota ao público: "Faz-se saber ao público que a *Gazeta do Rio de Janeiro* deve sair todos os sábados pela manhã. Que se vende nesta Corte, em casa de Paulo Martin, filho, mercador de livros no fim da rua da Quitanda a preço de 80 réis. Que as pessoas que quiserem ser assinantes deverão dar seus nomes e moradas na sobredita casa, pagando logo os primeiros seis meses a 1 900 réis; e lhes serão remetidas as folhas a suas casas no sábado pela manhã".

O JORNAL DO CINEMA

O jornal cinematográfico já conheceu dias melhores. Era apreciado no mundo inteiro e projetado — como ainda hoje — no início das sessões de cinema. Mas, com o aparecimento da televisão, o cinejornal passou para segundo plano. É que a TV transmite as notícias com maior rapidez. Um fato jornalístico qualquer pode ser mostrado **na hora** pela TV, quando o jornal do cinema irá apresentá-lo dias ou semanas depois.

O forte, então, do cinejornalismo passou a ser o **documentário.** Esse tipo de filme não depende tanto de atualidade. Um bom documentário sobre a Amazônia ou a Polinésia será interessante hoje, amanhã e até daqui a alguns anos.

Walt Disney foi um grande inovador do documentário. Suas séries *Maravilhas da Natureza* e *Povos e Lugares* conquistaram inúmeros prêmios. *O Leão Africano,* por exemplo, mostrava o dia-a-dia da família do rei dos animais. Filmes como esse são realizados no próprio ambiente onde vivem os animais. Para captar as cenas mais interessantes, os cinegrafistas gastam horas sem conta de vigília e paciência. Mas vale a pena: graças aos documentários, o público pode conhecer aspectos da natureza que de outra forma jamais seriam vistos.

GRANDES REVISTAS TAMBÉM FECHAM

Um dos melhores periódicos de todos os tempos, a revista americana *Life*, "morreu" em dezembro de 1972. Chegou a ter uma tiragem de 8 600 000 exemplares e foi durante vinte anos a revista que mais faturou com anúncios. O mesmo destino tiveram outras revistas americanas igualmente famosas: *Collier's*, que tinha fechado em 1956; a velha *Saturday Evening Post*, em 1969; e *Look*, em 1971.

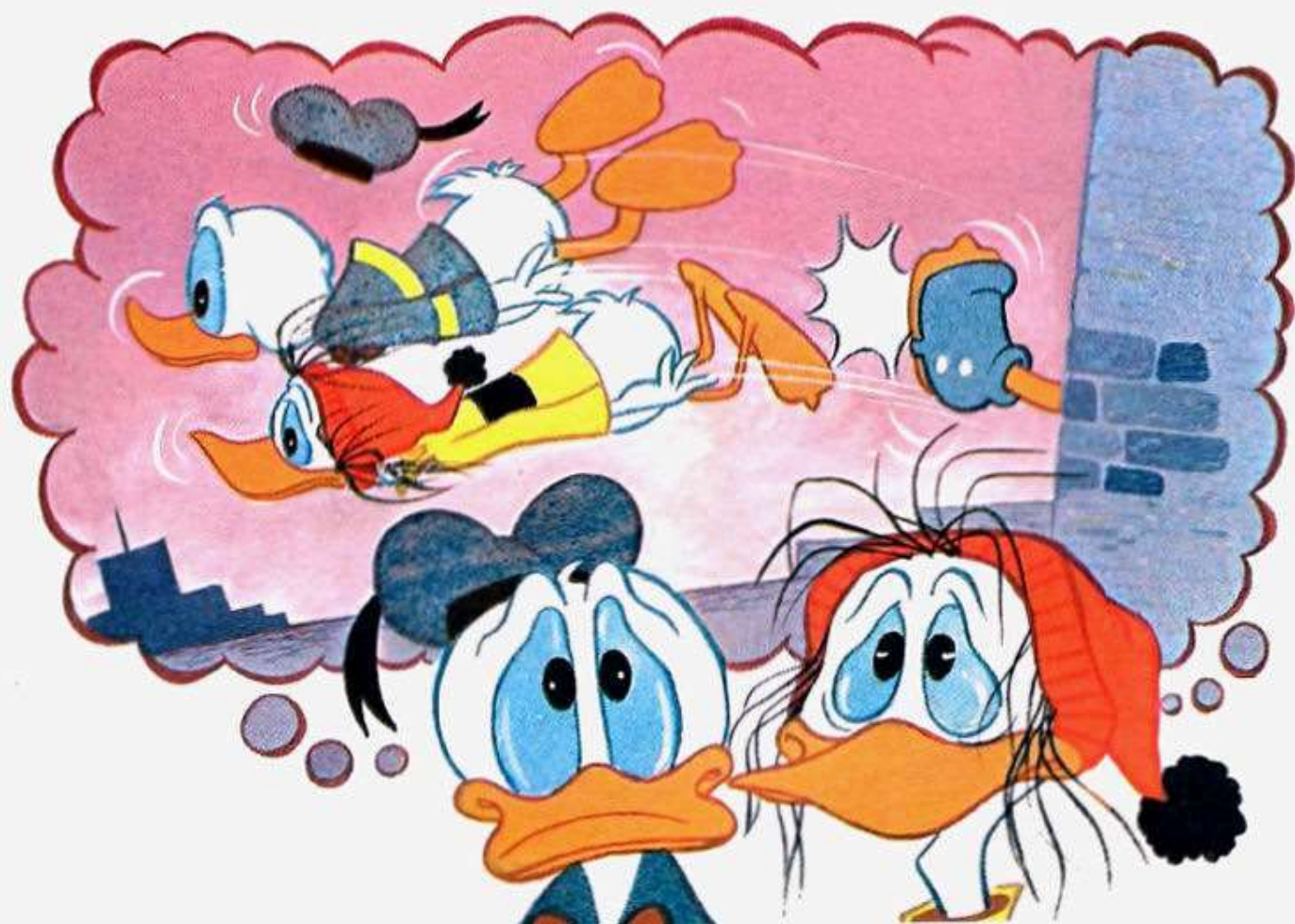
Por que aconteceu isso, se todas essas revistas eram muito boas, ricas e poderosas? *Life* fez um sucesso estrondoso ao lançar na imprensa o **fotojornalismo.** Apresentava reportagens magnificamente ilustradas com fotos dos mais interessantes assuntos. E era uma revista de atualidades, isto é, sobre os acontecimentos mais recentes. Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, *Life* deu a mais completa cobertura fotográfica sobre o acontecimento.

A revista *The Saturday Evening Post*, fundada por Benjamin Franklin em 1728, viu seu prestígio atravessar séculos. Mas, depois de atingir a tiragem recorde

de 6 500 000 exemplares em 1959, sua situação foi piorando até o melancólico fim.

É que nem a cuidadosa apresentação gráfica dessas revistas pôde fazer frente à televisão. À medida que a TV se firmava como meio de comunicação de massa, foi roubando público das revistas do tipo *Post*. Para as imagens estáticas (fotos) das revistas, a TV contra-atacava com imagens dinâmicas e sonoras, muitas vezes mostradas ao vivo. Além disso, a televisão podia apresentar os fatos com mais atualidade.

Por causa disso, muitos anunciantes passaram a usar a TV em vez das revistas. Além do mais, o constante aumento das tarifas postais piorou mais as coisas para as revistas tradicionais, que viviam mais de assinaturas do que da venda avulsa. O fato é que os prejuízos foram aumentando e elas tiveram que fechar.

Isso não quer dizer que o fotojornalismo "já era". Assim como a televisão não acabou com o cinema, como se julgava, também não acabará com as revistas ilustradas. Os textos mais detalhados que as narrativas rápidas e resumidas da TV e as fotos cada vez mais bem impressas das revistas, que a gente pode ver, arquivar e rever quando quiser, fazem com que elas sejam e continuem sendo importantes veículos de imprensa.

A GUERRA DAS MANCHETES

Quando você chega a uma banca de jornais, nem desconfia que ali está acontecendo uma guerra que diariamente se repete. É a guerra das **manchetes.**

Manchete é o título da notícia principal de um jornal, que vem na primeira página, geralmente em tipos garrafais. Cada jornal faz o maior esforço para que a sua manchete seja a melhor, isto é, que atraia o maior número de leitores. Então, depois de uma enchente, por exemplo, você poderá encontrar nos jornais diferentes manchetes como estas: **TROMBA D'ÁGUA ARRASA DUAS CIDADES; BAIRROS OUTRA VEZ INUNDADOS; ENCHENTES: DESTRUIÇÃO E DESESPERO NA CAPITAL; CHUVAS: A CIDADE CONTA AS VÍTIMAS.**

Sensacionalismo? Não. É que os jornais querem vender. A concorrência com o rádio e a TV, que rapidamente envelhecem as notícias, obrigam os jornais a caprichar nas suas manchetes. Além de anunciar a notícia principal do dia, ela deve ser impressa em tipos adequados e bem distribuída na página.

No início do jornalismo, manchetes só eram usadas para anunciar acontecimentos de grande repercussão, como guerras. Depois de 1860, as manchetes começaram a crescer. Mais tarde começou-se a usar letras garrafais e elas passaram a ocupar toda a largura do jornal.

ALHOS E BUGALHOS

Tio Patinhas calculava, feliz, os lucros da última semana, quando, de repente, seu escritório foi invadido por um gorducho, careca, de bigodinho tipo mosca: era o famoso cozinheiro parisiense *monsieur* Marmitte, e vinha "fervendo". Mostrou um exemplar de *A Patada* ao Tio Patinhas, ao mesmo tempo em que berrava:

Tio Patinhas olhou o texto que o homem mostrava. Era na seção de arte culinária e o título dizia: *"Monsieur* Marmitte apresenta sua última criação: suflê de cebola". O velho pato leu a receita todinha e disse:

— Não vi nada de errado. Qual é o problema?

— O problema é que onde seria **cenoura** o seu repórter escreveu **cebola**! Isso arruinará meu prestígio internacional! Vou processá-lo em **2 milhões**

de cruzeiros por perdas e danos morais e materiais!

Ao ouvir falar em **dinheiro,** Tio Patinhas começou a suar frio e a imaginar um jeito de sair daquela enrascada. Nisso entrou na sala o Donald. Vinha pedir aumento pela 59.ª vez no ano. Ao vê-lo, *monsieur* Marmitte ficou ainda mais vermelho e recomeçou a gritar:

— Foi **ele!** Foi **esse** pato que anotou minha receita! Foi ele que me arruinou!

E o homem, cada vez mais tiririca, já ia agarrar o pobre repórter pelo gasnete, quando Tio Patinhas teve uma idéia salvadora:

— Já sei! — exclamou. — Publicaremos sua foto na **primeira** página da edição de amanhã, com a sua receita retificada. Que tal, *monsieur* Marmotte?

— Marmotte, não: **Marmitte!** — berrou o mestre-cuca. Mas, refletindo sobre a proposta de retificação, acalmou-se.

Como *A Patada* era um jornal muito lido, o homem achou boa a idéia e foi embora, todo satisfeito.

Assim que ele saiu, Tio Patinhas gritou para o Donald:

— Por sua causa quase perco **2 milhões!** Agora trate de corrigir o texto, que ele sairá de novo amanhã!

À noite, quando o velho pato tomava seu banho de imersão em sua banheira transbordante de moedas, o telefone tocou. Era *monsieur* Marmitte.

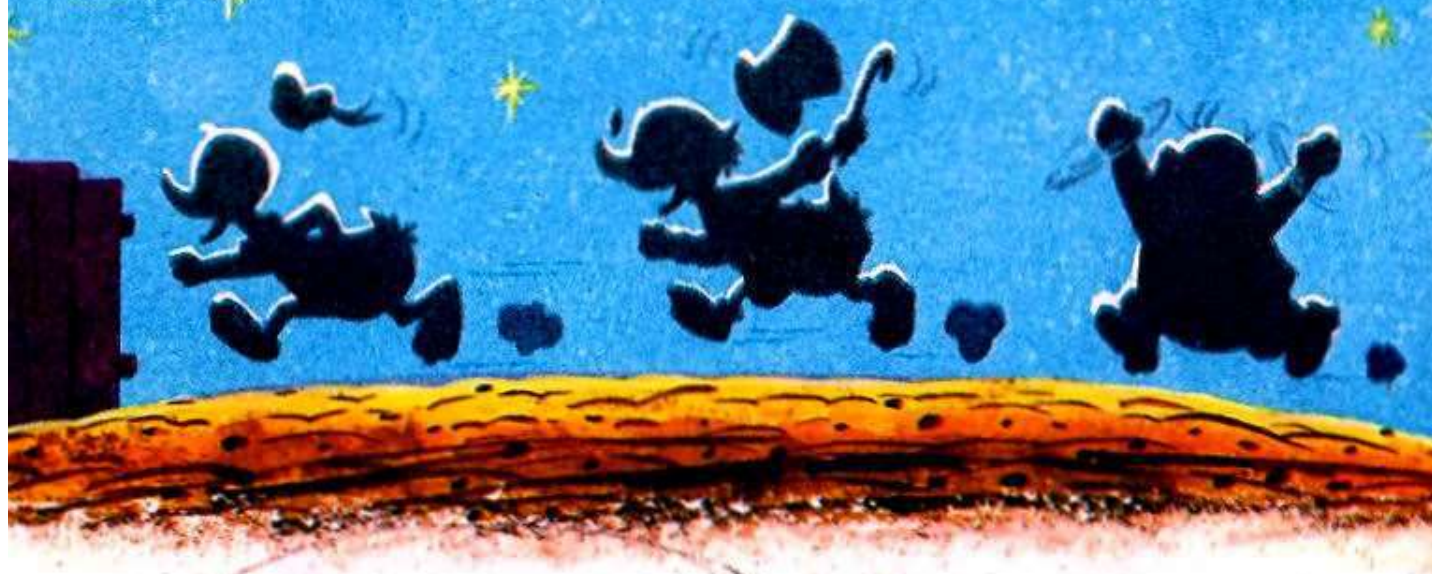
— Sabe, *monsieur* Patinhas? Tenho uma boa notícia: experimentei fazer o suflê com cebola em lugar de cenoura e ele ficou até **mais gostoso.** Pode deixar a receita **assim mesmo** na edição de amanhã!

Imediatamente Tio Patinhas ligou para a redação.

— Donald, ponha **suflê de cebola** no cabeçalho!

Só que a ligação estava muito ruim e o Donald não ouviu direito. Mas como o Tio Patinhas estava furioso com ele, Donald nem ousou pedir ao diretor que repetisse as palavras.

No dia seguinte, a receita saía assim: "... ponha uma cabeça de alho ..."

Até hoje *monsieur* Marmitte está correndo atrás do Tio Patinhas e o Tio Patinhas está correndo atrás do Pato Donald ...

FOLHETIM: JORNALISMO LITERÁRIO

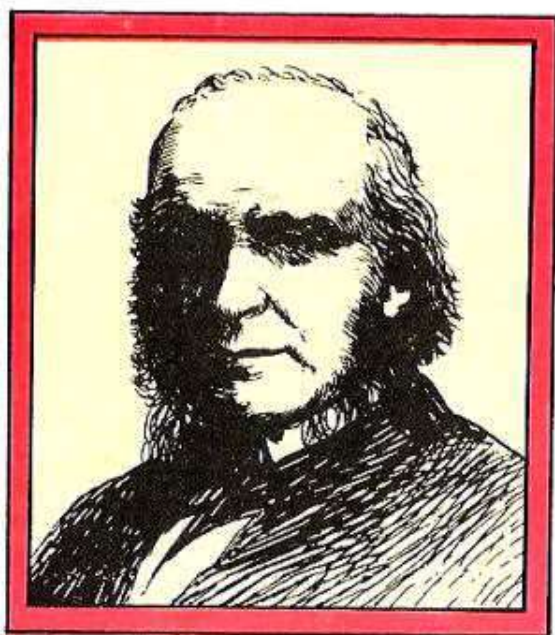
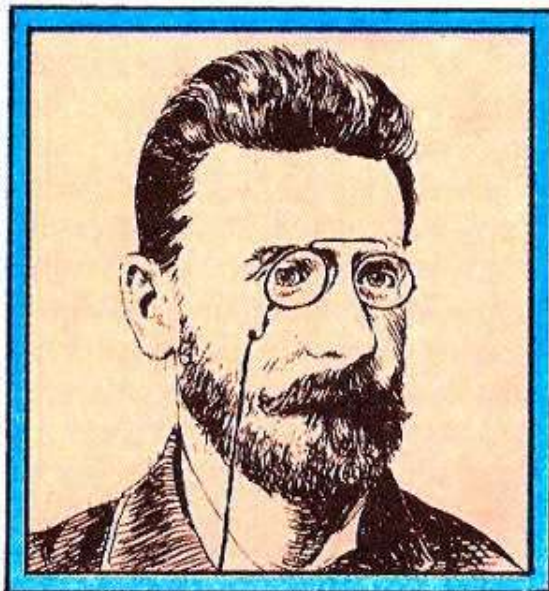
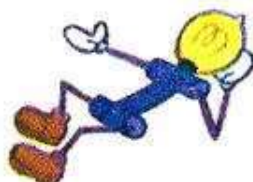
No fim do século XVIII, o *Journal des Débats,* francês, começou a publicar crítica literária, artística e política na parte inferior de uma página. Assim nascia o **folhetim.**

Aos poucos, esse rodapé foi mudando: em lugar das críticas, começaram a aparecer contos, narrativas breves e novelas, publicados em episódios.

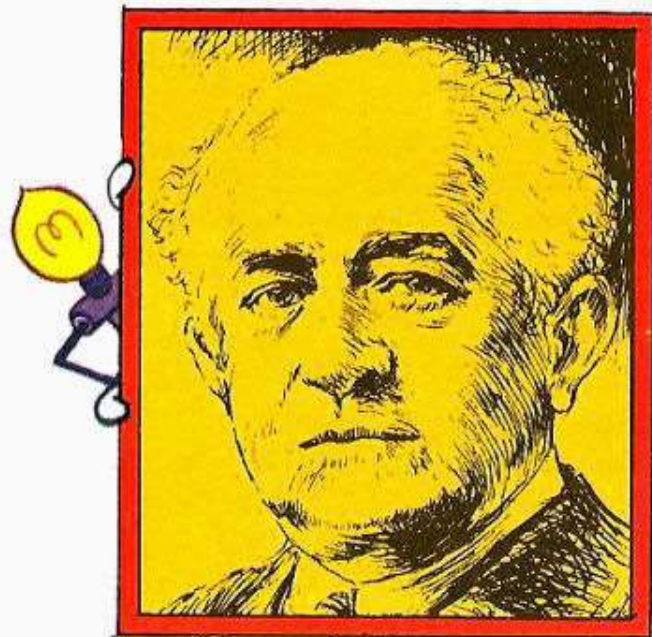
Os folhetins alcançaram alto nível literário na França, graças a autores como Alexandre Dumas. No Brasil, Manoel Antônio de Almeida, José de Alencar e Machado de Assis também lançaram alguns de seus romances através de folhetins.

GRANDES JORNALISTAS

GREELEY

No século passado era comum na imprensa a figura do **superjornalista,** que era ao mesmo tempo proprietário e editor do seu jornal. Ele dirigia a empresa e também escrevia editoriais e artigos de fundo em defesa de suas idéias. Horace Greeley era assim. Através do seu jornal *New York Tribune* fez grandes campanhas contra a escravidão, o alcoolismo e em favor da conquista e desenvolvimento do oeste. Fundou o semanário *Weekly Tribune* que, em 1860, bateu o recorde mundial de circulação, com 200 000 exemplares, tornando-se o jornal de maior prestígio nos Estados Unidos. Greeley era americano e viveu de 1811 a 1872. Foi um pioneiro da imprensa moderna, expandindo a cobertura jornalística a campos até então ignorados.

PULITZER

"Não existem crimes, trapaças, vícios que devam ficar em segredo. Revelem e denunciem esses fatos pela imprensa e um belo dia o público não os admitirá mais." Assim pensava Joseph Pulitzer, um dos maiores jornalistas do século passado. Aos dezessete anos, em 1864, deixou sua Hungria e emigrou para os Estados Unidos. Começando como repórter, em 1883 já era dono do *New York World,* jornal que tornou popular com manchetes chamativas e com uma novidade: histórias em quadrinhos. Ao morrer, em 1911, Pulitzer deixou um verdadeiro império jornalístico e uma doação para o Prêmio Pulitzer, que se tornaria a mais importante láurea para jornalistas e escritores, nos Estados Unidos.

OCHS

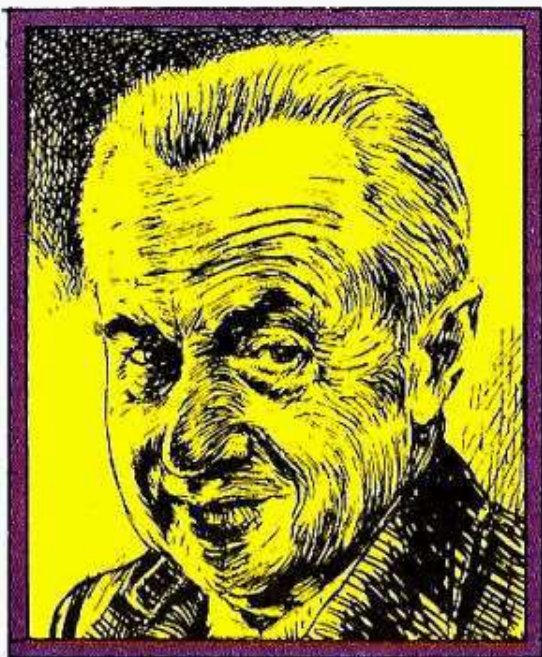
Adolph Ochs sempre esteve ligado aos negócios jornalísticos. Nascido em 1858 nos Estados Unidos, começou como jornaleiro, tornando-se depois *boy*, aprendiz impressor, compositor tipográfico e, por fim, editor. Em 1878, com vinte anos, adquiriu o *Chattanooga Times* e transformou-o num dos mais importantes jornais americanos. Em 1896 obteve o controle do *New York Times*, então em má situação financeira. Dos 9 000 exemplares que vendia nessa época passou a vender 466 000 diariamente e 730 000 aos do-

mingos em 1934. Ochs conhecia perfeitamente todo o processo jornalístico. Ele não só renovou o *New York Times*, como influenciou o moderno jornalismo internacional.

HEARST

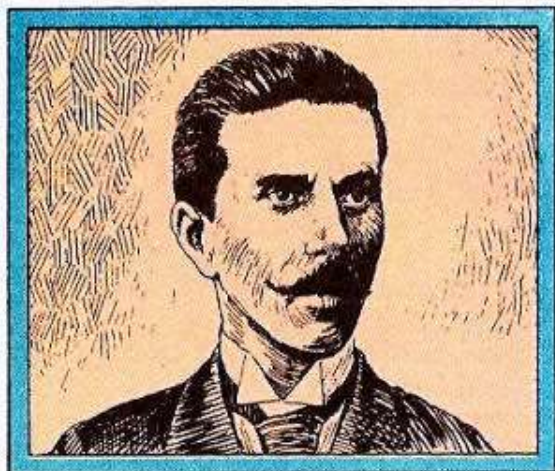
William Randolph Hearst foi o mais célebre magnata da imprensa americana. Filho de um senador milionário, nasceu em San Francisco em 1863. Dirigiu o jornal *San Francisco Examiner* para seu pai e, em 1895, comprou o *Morning Journal*, de Nova York, que logo tornou famoso. Contratou os melhores profissionais, introduziu histórias em quadrinhos, páginas em cores, dando

destaque aos artigos sensacionalistas e ao noticiário policial. O sucesso levou-o a fundar um verdadeiro império jornalístico, que incluía trinta diários, além de revistas e negócios na indústria cinematográfica. Fundou duas revistas importantes: *Cosmopolitan* e *Harper's Bazaar*. Hearst morreu em 1951.

BEUVE-MÉRY

Hubert Beuve-Méry nasceu em Paris no ano de 1902. Antes de se tornar diretor de *Le Monde*, um dos maiores jornais da França e do mundo, Beuve-Méry lutou muito. Para poder sobreviver e estudar, teve até de trabalhar como carroceiro. Durante a Segunda Guerra Mundial, lutou na Resistência Francesa contra a ocupação

alemã. Em 1944 passou a dirigir o jornal *Le Monde,* levando-o a vender 500 000 exemplares diários na França e no mundo inteiro. *Le Monde* é a primeira experiência bem sucedida de um jornalismo de crítica e análise. E até hoje segue os ideais jornalísticos de Beuve-Méry: independência, rigor e objetividade de informação.

JÚLIO MESQUITA

Nascido em Campinas (SP) em 1862, formou-se em Direito em São Paulo aos 21 anos. Cedo abraçou a causa republicana e atuou como político. Mas sua vocação era o jornalismo. De colaborador de *A Província de S. Paulo,* de Francisco Rangel Pestana, que depois se chamaria *O Estado de S. Paulo,* Júlio Mesquita passaria a ser o responsável pelos destinos do grande jornal. Nas batalhas políticas da época, *O Estado* chegou a constituir um verdadeiro partido de oposição. Júlio Mesquita faleceu em 1927, mas teve em seu filho Júlio de Mesquita Filho um continuador de sua obra, um jornalista tão respeitado como foi o pai.

CHATEAUBRIAND

O Brasil também teve seus superjornalistas. Um deles foi Assis Chateaubriand. Nascido na Paraíba em 1892, já era catedrático de Direito Romano aos 22 anos. Criou a primeira cadeia jornalística do Brasil, os *Diários Associados,* que em certa época se tornou um verdadeiro império. Foi o introdutor da televisão no Brasil, através da *TV-Tupi.* Faleceu em 1968.

REVISTAS ESPECIAIS PARA UM PÚBLICO ESPECIAL

Clarabela começou a trabalhar como enfermeira num hospital da Organização Patinhas. Ela se adaptou logo à nova profissão, aprendeu a ser paciente com os pacientes e, sobretudo, interessou-se em desenvolver cada vez mais seus conhecimentos do ramo. Mas, como não encontrou nenhuma revista especializada para ler, sugeriu ao Tio Patinhas:

— Já que o senhor, entre outras coisas, está metido nesse negócio de imprensa, por que não faz uma revista para enfermeiras?

O quaquilionário estranhou. Franziu a testa e pensou um pouco. Será que daria lucro? Por via das dúvidas, resolveu investigar tudo sobre esse tipo de publicação: a **revista de circulação dirigida.**

Ficou sabendo que há por aí uma porção de revistas desse tipo; que elas não são vendidas em bancas porque são revistas especializadas, dirigidas a leitores específicos; e, por isso, não são conhecidas do grande público. Mas são publicações de considerável circulação. Há revistas dedicadas a profissionais dos mais diversos setores de atividade. *Exame*, por exemplo, é dirigida a diretores de empresas; *O Carreteiro*, a motoristas autônomos de caminhões de transporte; *Atualidades Médicas*, a médicos autônomos e setores hospitalares; *Oficina*, a donos e empregados de oficinas mecânicas; e *Eletricidade Moderna*, à indústria de materiais elétricos.

As revistas de circulação dirigida são distribuídas gratuitamente aos setores profissionais aos quais se dirigem. Podem também ser adquiridas através de assinaturas pagas. Por isso são chamadas também "revistas de circulação controlada". Anúncios de produtos ligados à atividade profissional à qual a revista se dirige pagam parte do seu custo.

Ao saber de tudo isso, Tio Patinhas ficou entusiasmado e resolveu lançar uma publicação diferente: *O Hospital Moderno*. Mas exigiu que Clarabela colaborasse na nova revista para enfermeiras. E agora ela tem duas profissões: é enfermeira de dia e redatora à noite.

O JORNALISMO FAZ FITA

Só quando o porteiro do estádio de Patópolis ameaçou chamar a polícia é que o Peninha resolveu dar o fora. Ele tinha ido fazer a cobertura do jogo Flamingo x Pé-de-Chumbo F.C. para *A Patada.* Mas perdera a credencial de jornalista e não tinha um cruzeiro sequer para pagar a entrada. Resolveu "cantar" o porteiro, mas a conversa não "grudou".

Peninha teve de voltar sem a reportagem. Mas, à noite, em casa, assistiu à **videofita** (vídeo-teipe) do jogo pela televisão para colher os dados para sua matéria. Depois comentou com Donald:

— Minha sorte é que existe o vídeo-teipe!

A videofita é um dos recursos de que dispõe a televisão desde 1951 para **gravar** previamente qualquer tele-reportagem a ser transmitida no momento oportuno. Por esse processo é possível tirar várias cópias, que são enviadas para outros estados e países.

A videofita permite o aperfeiçoamento técnico das transmissões. Um programa pode ser gravado, regravado, cortado e emendado até ficar perfeito. Além disso, a imagem transmitida pela videofita é mais nítida e perfeita do que as tomadas captadas por um filmador de cinema. Atualmente, os telejornais utilizam freqüentemente o **míni-teipe** que, por ser uma câmara de TV do tamanho de um filmador, facilita muito a filmagem das tele-reportagens.

ONDE SÃO IMPRESSAS AS REVISTAS

Nosso amigo Peninha foi ao Clube do Escoteiro de Patópolis, convidado por um grupo de meninos, fãs das revistas de Walt Disney, que queriam saber como essas publicações eram impressas. O clube tinha uma revista interna e pretendia imprimi-la em cores.

— Bem — começou o Peninha —, a **Redação** prepara os **originais** ou **artes** (desenhos, fotos e textos); a **Gráfica** transforma esses originais ou artes em revistas ou jornais. Gráfica é uma oficina de impressão. No nosso caso, é a oficina de uma empresa jornalística. Vamos ver como é feita a revista *O Pato Donald*, cujo preparo é igual ao das outras revistas Disney publicadas pela Editora Abril.

As páginas desenhadas e preparadas na Redação são recebidas pela Gráfica através da seção de **Coordenação**, que faz a ligação entre a Gráfica e as Redações. A Coordenação entrega os originais da revista à seção de **Fotografia**, onde eles (os originais) são fotografados e reproduzidos em filmes positivos. Como os originais eram em preto e branco, a fotografia só registrou os traços pretos, mas a revista deve sair colorida. Então os filmes pretos seguem para a

COORDENADOR

GRÁFICA

seção de **Retoque,** onde são feitos, manualmente, os filmes correspondentes às cores, de acordo com as indicações da Redação. Quando o original é um desenho executado em cores ou um diapositivo fotográfico *(slide,* chamado **cromo** em linguagem gráfica), os filmes são feitos automaticamente por máquinas.

Pronto o trabalho de retoque, os filmes (chamados **rotofilmes)** — quatro cada página: azul (ou **ciano),** vermelho (ou **magenta),** preto e amarelo — vão para a **Montagem.** Nesta seção, os filmes são dispostos nas devidas posições em que devem ser impressas as páginas e colocados de forma a coincidirem perfeitamente as quatro impressões que serão feitas em cada página.

Montados os filmes, tira-se uma cópia fotostática dos mesmos, chamada **cianográfica.** A cianográfica é dobrada e encadernada, para dar uma idéia fiel de como vai ficar a revista, e enviada à Redação, para que esta verifique se tudo saiu de acordo com o esperado. Havendo falhas e erros, a Redação indicará as emendas a fazer. Depois que a cianográfica voltar da Redação e feitas as emendas necessárias, se for o caso, os filmes montados são **copiados** num papel fotossensível (sensível à luz) chamado **papel pigmento.** Este papel é aplicado então sobre os cilindros de aço recobertos de cobre para se fazer a **gravação,** através de um processo fotoquímico, formando-se, assim, finalmente, as matrizes para **impressão.** Os cilindros gravados são colocados na **rotativa,** a grande máquina que imprime a revista. A rotativa é alimentada por enormes bobinas de papel e imprime, ao mesmo tempo, nas duas faces do papel.

Impressa, a revista vai para o **Acabamento,** onde os exemplares, já dobrados pela própria rotativa, são **grampeados** e **refilados,** isto é, aparados no tamanho certo. Se a capa for de papel diferente do miolo (como nas revistas *Tio Patinhas, Mickey,* etc.), é impressa à parte e aplicada no acabamento. E está pronta uma nova edição de *O Pato Donald,* que seguirá para a **Distribuidora** e dali para as bancas de jornaleiros.

Todo esse processo de preparação de uma revista, que vocês acabaram de ver, é o da **rotogravura,** sistema de impressão com matrizes

em baixo-relevo, utilizado pelas grandes editoras e empresas jornalísticas para impressão de publicações de alta tiragem. Algumas revistas, como *Placar*, por exemplo, saem da rotativa impressas, dobradas, grampeadas e prontinhas.

Outro processo de impressão ainda muito utilizado é o **offset**, empregado nos *Manuais Disney* e nos fascículos da Abril Cultural. As fases por que passam na gráfica os originais dessas publicações são as mesmas, diferindo apenas em detalhes técnicos.

Os textos (em tipos) das publicações noticiosas, sejam jornais ou revistas, são compostos na seção de **Composição.** Ainda se usa o velho sistema de composição em **linotipo,** máquina que compõe e funde tipos, operada por um profissional conhecido como **linotipista.** Mas as revistas da Abril têm o texto composto por meio de computador **(fotocomposição).**

— Puxa! — exclamou um dos meninos. — E nós, que estávamos querendo fazer uma revistinha do nosso clube, colorida e igualzinha às revistas Disney, em rotogravura!

— Não faz mal — disse outro menino. — Nossa revistinha vai continuar sendo feita em **manogravura** mesmo.

— Manogravura? O que é isso? — perguntou o Peninha.

— É o nosso processo de fazer revistas **a mão** — explicou o menino.

Todos deram risada, inclusive o Peninha.

TABLÓIDE, O MÍNI-JORNAL

Tio Patinhas andava agitado pela redação de *A Patada,* fazendo anotações num caderninho.

— O que está acontecendo? — perguntou o Peninha, curioso.

— Estou fazendo os cálculos para lançar um **tablóide** — respondeu o velho pato.

Dias depois, Patópolis ganhava um jornal tablóide, o *Míni-Patada.* No princípio, os leitores estranharam, mas logo se acostumaram. É que a principal característica do tablóide é o seu tamanho menor. Tem a metade do jornal comum.

O *Míni-Patada* tornou-se um sucesso. Os leitores perceberam que é mais fácil manusear um tablóide, mais apropriado para se ler nos ônibus, trens e aviões.

O primeiro tablóide que apareceu foi o *New York Daily News,* em 1919. O segundo foi o *Daily Mirror,* de Londres, que é hoje o jornal de maior circulação na Inglaterra, com cerca de 4 696 000 exemplares diários.

Mesmo sabendo de tudo isso sobre o tablóide, Donald e Peninha comentam (entre eles, claro) que o Tio Patinhas tinha inventado o *Míni-Patada* só para economizar papel . . .

PRÊMIOS ESPECIAIS PARA JORNALISTAS

Para os melhores artistas de cinema existe um prêmio, o Oscar; para os grandes cientistas, literatos e batalhadores da paz mundial existe o Prêmio Nobel. E para os jornalistas? Também há prêmios. Vamos citar os mais conhecidos.

Nos Estados Unidos, a Universidade de Columbia dá os prêmios Pulitzer. Eles se destinam a diversas categorias jornalísticas, tais como: o mais destacado serviço público prestado por um jornal; a melhor reportagem de caráter social; a mais importante reportagem sobre assuntos internacionais; a mais notável reportagem pelo seu estilo jornalístico; fotografia de assunto jornalístico, etc.

A Sociedade Interamericana de Imprensa distribui anualmente o Prêmio John R. Reitmeyer aos melhores trabalhos de divulgação científica na América Latina.

No Brasil, desde 1955 são conferidos os prêmios Esso de jornalismo. O objetivo desses prêmios é contribuir para a melhora constante do padrão profissional

dos jornais e revistas brasileiros. A cada ano uma comissão de cinco jornalistas de gabarito concede prêmios aos melhores trabalhos publicados nas seguintes categorias: Reportagem, Informação Econômica, Informação Esportiva, Informação Científica, Fotografia e Equipe.

Há também prêmio para a melhor contribuição à Imprensa. Este prêmio foi conquistado em 1972 pela revista *Realidade,* de São Paulo, ganhadora também do Prêmio Esso de Jornalismo.

Instituído pelo Ministério do Interior, há o Prêmio Rondon de Reportagem para premiar, a cada ano, os dois melhores trabalhos publicados, em jornal ou revista, a respeito do Projeto Rondon. Há também prêmios para as três melhores fotos do ano sobre as atividades do mesmo Projeto.

A equipe de reportagem da revista *Realidade,* para variar, ganhou naquele ano também o Prêmio Sudene de Jornalismo, pela notável reportagem sobre o Nordeste brasileiro.

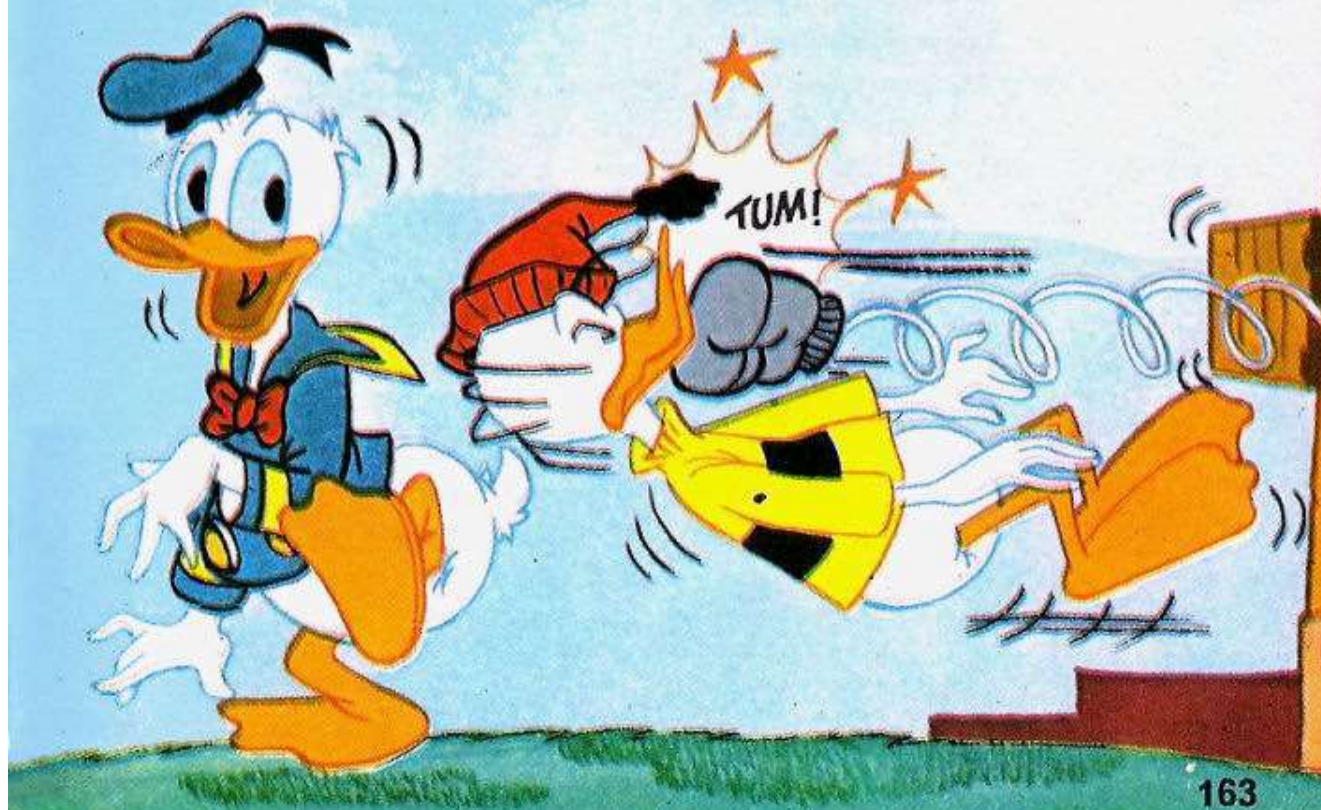
A GRANDE ENTREVISTA

— GLUP! — respondeu o Peninha a uma ordem do Tio Patinhas, engolindo em seco.

Foi possivelmente o *glup* mais eloqüente da história do jornalismo. Sim, era outro grande "abacaxi" para o repórter Peninha descascar: tentar uma entrevista que nenhum jornalista havia conseguido.

Morava nos arredores de Patópolis um ricaço conhecido por Zé Poltrão, um sujeito esquisito que detestava as pessoas, um verdadeiro inimigo do mundo. Morava sozinho, numa casa que era uma fortaleza, e não permitia a aproximação de ninguém, principalmente de jornalistas. Mas, quanto mais Zé Poltrão se fechava em seu refúgio, mais aumentava a curiosidade dos jornalistas. Muitos tentaram entrevistá-lo, esperando conseguir um "furo" sensacional. Mas alguns nunca mais voltaram; outros voltaram — sem conseguir a entrevista —, e desistiram de ser repórteres.

Agora está explicado o *glup* do Peninha. Ele teria de ir entrevistar Zé Poltrão, em companhia do Donald. Não era uma entrevista qualquer: era uma aventura perigosa. Era como ir pegar um tigre a unha na própria toca da fera para lhe gravar os urros.

Após mais alguns *glups*, Peninha e Donald partiram: o primeiro com cara de quem vai para a guerra, o segundo com cara de quem caminha para a forca. Chegando ao covil da fera, isto é, à morada de Zé Poltrão, Peninha tocou a campainha. Como resposta, abriu-se um postigo e uma mão mecânica deu um violento murro na cara do repórter.

— Covarde! Pegou-me desprevenido! — berrou o Peninha, furioso, e arremeteu contra o portão, com a cabeça baixa para não levar outro soco. Mas dessa vez a mão desferiu uma marretada na cabeça do valente repórter, que caiu duro.

Voltando a si, Peninha achou que o único meio de entrar ali era escalando os altos muros. E foi o que ele e o Donald fizeram. Só que, ao saltarem para o lado de dentro da propriedade, caíram num fosso cheio de crocodilos e tubarões. Escapando dos monstros, eles correram para o pátio, onde, surpresos, viram o legendário Zé Poltrão com os seus cem quilos espalhados à sombra de um guarda-sol, à beira da piscina, de *short*, chapéu e óculos escuros.

— Sr. Poltrão, o que o levou a viver assim, isolado da sociedade? — arriscou Peninha, estendendo o microfone.

— Francamente, patos como vocês — respondeu ele. — Detesto os bisbilhoteiros, os que se metem na minha vida. Aliás, detesto todo mundo.

Enquanto o entrevistado falava, Donald tirava fotos. A coisa, realmente, estava fácil demais. Seria mesmo aquele o famoso Zé Poltrão, que nenhum repórter conseguira entrevistar antes?

Só então Donald e Peninha perceberam que estavam na mira de uma espingarda.

— Acabo com eles? — perguntou o homem da espingarda.

— Ainda não. Primeiro deixe-os terminar a entrevista. Depois jogue-os aos crocodilos e tubarões. Minhas feras darão conta deles — disse a fera, isto é, o ricaço.

Nossos amigos estavam bem encrencados. Mas continuaram com a entrevista, tentando ganhar tempo para pensar numa saída. De repente, um helicóptero baixou sobre eles, fazendo o guarda-sol fechar-se, prendendo Zé Poltrão e seu guarda-costas. Na confusão, Donald e Peninha foram resgatados pelo helicóptero. Era o Tio Patinhas que tinha chegado para salvar seus repórteres, pois sabia que, àquela hora, eles deveriam estar em dificuldades.

Assim, **A Patada** deu mais um grande "furo", publicando, em primeira mão, a entrevista e as fotos históricas de Zé Poltrão. E seus valentes repórteres ganharam um agradecimento milionário. De fato, Tio Patinhas disse a eles:

— Um milhão de obrigados a vocês!

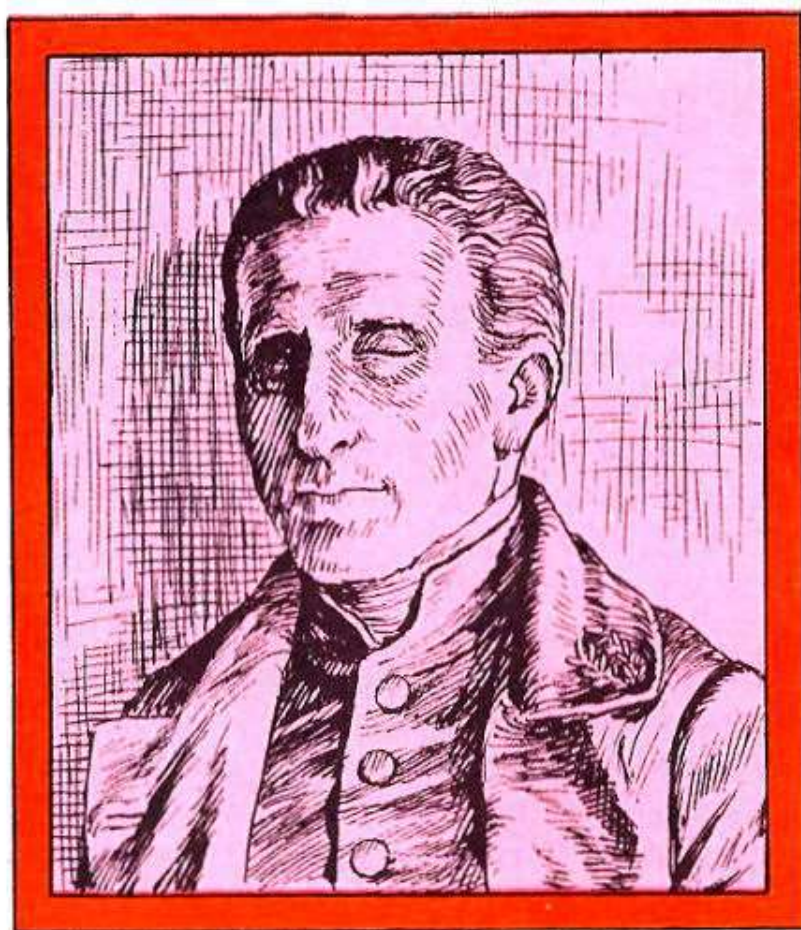
O TÍTULO DO JORNAL

Quando o Tio Patinhas decidiu editar um jornal, teve de resolver o problema da escolha de um título. Ele reuniu os sobrinhos e, depois de pensarem muito, resolveram que seria **A Patada.**

O segundo passo seria o **registro** do título, ou melhor, da **marca,** como se diz tecnicamente. O registro é feito no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). Lá o Tio Patinhas soube que não poderia registrar a marca do jornal em seu nome, uma pessoa *física,* mas só em nome de sua firma, uma *pessoa jurídica.* O instituto verificou então, em seus arquivos, se a mesma marca já não tinha dono. Não tinha. Assim, a marca foi registrada em nome de Patinhas S.A. mediante o pagamento de uma taxa.

Quando um interessado entra no INPI com um requerimento, solicitando o registro de uma determinada marca, ele adquire uma **expectativa de direito,** quer dizer, ganha uma espécie de prioridade à marca. Se ela ainda não tiver dono, ou se não houver no INPI nenhum requerimento anterior de outro interessado no registro da mesma marca, o pedido será deferido e o requerente passará a ser o dono da marca.

E isso tudo porque a marca de uma publicação é um patrimônio, isto é, um bem, uma propriedade de valor comercial. Por isso, a lei assegura ao dono da marca o seu direito de propriedade. Mas, para que o dono não fique com a marca sem utilizá-la, ele tem um prazo: dentro de dois anos, a partir da concessão do registro, terá de editar uma publicação com a marca que foi registrada. Se não o fizer dentro desse prazo, qualquer interessado, que também deve ser uma firma do ramo de publicações, poderá pedir ao INPI em seu nome, o registro da marca não utilizada e requerer a caducidade, isto é, a cessação da validade do registro anterior. Exemplificando: se o Tio Patinhas interromper a publicação de **A Patada** por mais de dois anos consecutivos, a Patacôncio S.A. poderá pedir o registro da marca em seu nome. Mas se o Tio Patinhas publicou pelo menos um número de **A Patada** durante os últimos **dois** anos e deseja continuar sendo o dono da marca, ele só tem que mostrar as notas fiscais da venda da publicação, prova de que a marca está sendo usada.

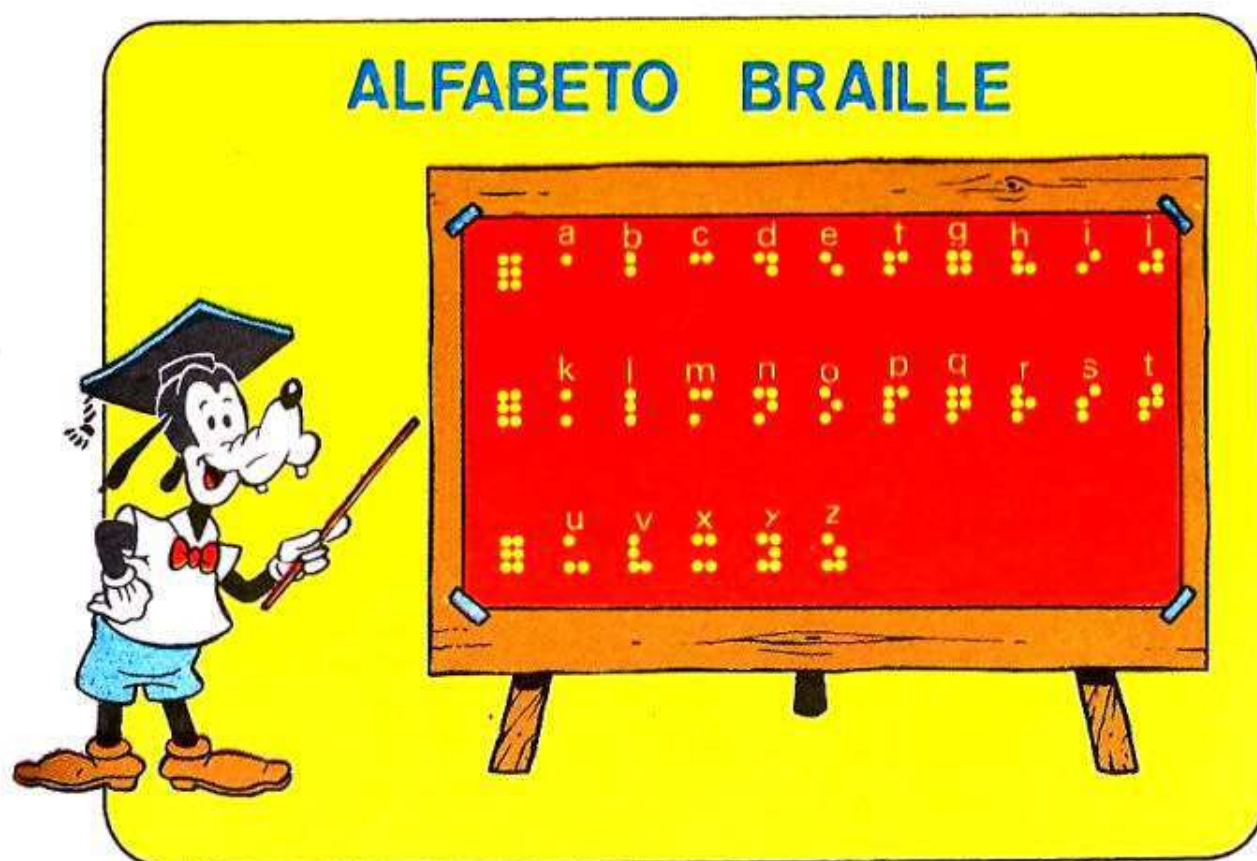
IMPRENSA BRAILLE

A falta de visão não impede o cego de ler ou estudar. Graças ao **alfabeto Braille,** cujas letras são sinais em relevo, o cego pode ler por meio do tato, correndo as pontas dos dedos sobre as palavras. Esse alfabeto foi criado por um genial cego chamado Luís Braille, nascido na França em 1809.

A impressão de um livro em Braille requer um papel especial que, além de caro, é volumoso. O *Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa,* por exemplo, tem 1 130 páginas. Passado para o alfabeto Braille, ele dá 52 volumes, que ocupam 4,5 metros de uma estante! Por essa razão de ordem prática surgiu a idéia de **gravar** livros inteirinhos, lidos em voz alta.

Assim nasceu o **livro falado.** Ele apareceu há mais de cinqüenta anos nos Estados Unidos, primeiro em disco, depois em fita magnética. Desse modo o livro fica mais barato, ocupa menos espaço e é mais fácil para o cego manusear: é só pegar um toca-fitas cassete e ouvir a gravação.

Entre nós, temos a Fundação para o Livro do Cego no Brasil, organizada em 1946 para editar livros em Braille. Ela imprime especialmente livros técnicos e escolares — do primário ao colegial. Muitas obras de escritores famosos, como Monteiro Lobato, Saint-Exupéry, Érico Veríssimo, Jorge Amado e outros, já foram publicadas. O livro falado foi outra realização da FLCB, que já gravou muitas obras. Um livro de 300 páginas, que em Braille daria quatro grossos volumes, cabe em alguns cartuchos de fita com 12 horas de gravação.

Mas o livro em Braille ainda é muito procurado, principalmente os de estudo, pois, para aprender bem a matéria, o estudante cego precisa — como qualquer outro — ler repetidas vezes as lições. Os dicionários e enciclopédias também são mais práticos em forma de livros, de modo que a FLCB continua imprimindo em Braille.

Além de livros, a Fundação edita também duas revistas mensais: *Relevo,* para adultos, com tiragem de 900 exemplares, para assinantes de todo o Brasil e ainda Portugal e América Latina; e *Relevinho,* com 600 exemplares, contendo historietas, quebra-cabeças e outros passatempos.

MUSEU DA IMAGEM E DO SOM

Nas bibliotecas guardam-se livros, nos museus guardam-se objetos de valor histórico, artístico ou científico. Mas . . . onde guardar as gravações importantes de nossa música ou as palavras faladas de personalidades famosas? Para preservar este tipo de documentação foi criado, no Rio, o Museu da Imagem e do Som.

Fundado em 1965, o MIS é um dos melhores do mundo. Nele se conservam os depoimentos de celebridades dos mais diversos setores da vida nacional e mundial, como: os presidentes Costa e Silva, Castelo Branco e Juscelino Kubitschek; o dr. Christian Barnard, pioneiro dos transplantes de coração humano; o dr. Sabin, descobridor da vacina contra a poliomielite; Jorge Amado, Pixinguinha, Carmem Miranda, Heitor dos Prazeres, Di Cavalcanti, Gui-

marães Rosa, Tarsila do Amaral e muitos outros.

A coleção de música popular do MIS é riquíssima, havendo gravações dos maiores cantores e compositores do país, dos melhores programas do rádio brasileiro, etc. O arquivo musical do notável radialista Almirante, um dos maiores do gênero, foi doado ao MIS, assim como o próprio bandolim do imortal Jacó do Bandolim.

Desde maio de 1970 São Paulo também conta com o seu Museu da Imagem e do Som, que guarda, entre outras preciosidades, a coleção de filmes da cinemateca brasileira. Especialmente para os jornalistas, esses museus representam uma ótima fonte de informações. Tudo o que é digno de ser gravado eles conservam. Só não devem ter a gravação do tilintar das moedas do Tio Patinhas . . . Vê lá se o velho pato deixaria alguém chegar perto de seus quaquilhões!

"MANCADA" JORNALÍSTICA

Por causa da rapidez com que são preparados, é muito comum os jornais apresentarem erros tipográficos. Na maioria são erros sem maiores conseqüências, mas às vezes uma simples troca de letra muda completamente o sentido do texto, caracterizando uma *gafe*. No tempo do Brasil-Império, aconteceu um caso assim. D. Pedro II havia feito uma viagem e voltou machucado, mancando. Noticiando o fato, um jornal da época escreveu que o imperador tinha descido do navio apoiado em duas **maletas**, quando deveria ter escrito **muletas**. No dia seguinte, o jornal publicou a retificação da notícia errada, mas o texto saiu assim: "O imperador desembarcou apoiado em duas **mulatas**".

CRÍTICA DE ARTE

Os sobrinhos do Donald tinham escrito, montado e representado a pecinha teatral da festa de fim de ano do colégio. Chamava-se *Os Patinhos Lindos* e fora muito aplaudida pelo público presente. Que, aliás, era quase todo formado de parentes e amigos dos artistas . . . (Assim até nós, né?)

No dia seguinte, o jornalzinho do colégio publicou uma crítica sobre o espetáculo, escrita pelo Gilberto, e que dizia: "A peça *Os Patinhos Lindos* é um louvável esforço de três jovens patos estreantes. Nem por isso deixaremos de fazer restrições a esse espetáculo imaturo, em que o texto claudica na psicologia dos personagens, fazendo-os agir de forma contraditória. A cenografia foi bem cuidada, mas sua forma choca-se com o gênero da peça, pois o cenário é estilizado, ao passo que a peça tem um cunho realista". E por aí afora.

Logo depois apareciam Huguinho, Zezinho e Luisinho na casa do Gilberto. Estavam magoados com a crítica e disseram que aquilo era uma "sabotagem" do Gilberto!

Então o sobrinho prodígio do Pateta ergueu o queixo e retrucou, no seu linguajar de sábio:

— Na qualidade de crítico de arte do jornal do colégio, é meu dever dizer o que penso, à luz de critérios ditados pela razão, pelo bom senso e pelos padrões estéticos aceitos pelo consenso comum. A crítica de arte não se faz para agradar a este ou àquele, mas sim para salientar as qualidades ou deméritos de uma manifestação artística, seja ela uma peça teatral, um filme, um *show* musical, uma obra literária ou de arte. Só agindo com imparcialidade o crítico poderá cumprir sua missão jornalística de orientar e esclarecer a opinião pública. Amigos, amigos; crítica de arte à parte!

— É, mas você não precisava ter malhado tanto! — protestou Huguinho. — Afinal, nossa peça até que agradou ao público e foi aplaudida!

— Ela tem os seus méritos, que eu também procurei ressaltar — disse Gilberto.

— É? Então mostre **onde** você elogiou! — exigiram os três patinhos.

— Aqui, vejam — disse Gilberto, indicando outro trecho de sua crítica, onde estava assim: ". . .mas, se considerarmos a inexperiência total dos artistas, até que eles se saíram bem. Poderia ter sido muito pior".

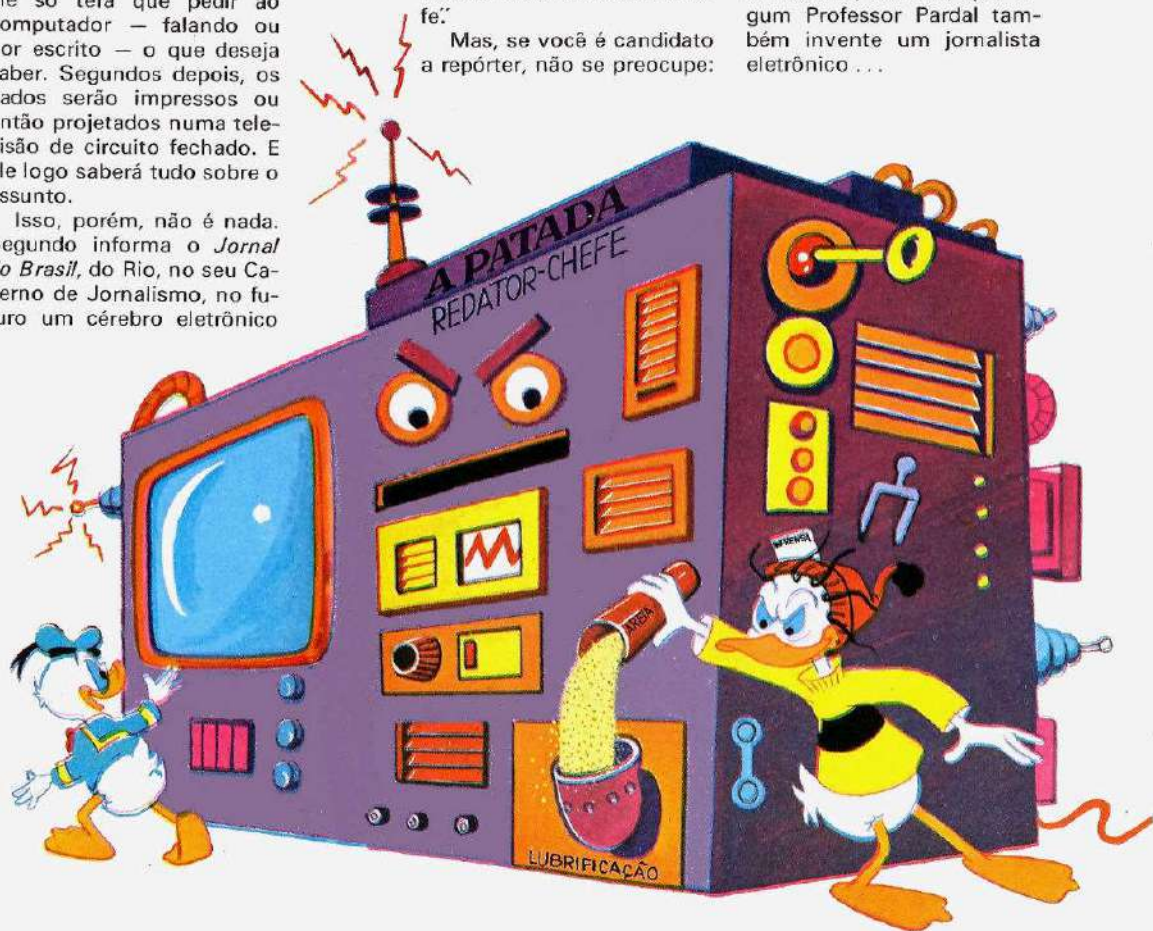
Por causa desse "elogio", até hoje o Gilberto está correndo dos três "patinhos lindos" . . .

O JORNAL DO FUTURO

Como você sabe, o progresso humano não pára. Por isso o jornal também não pára. No início ele nem tinha fotos: quando se queria mostrar alguma coisa, apelava-se para o desenho. Com a invenção da fotografia, passou a ser ilustrado com fotos, a princípio em branco e preto. Agora os suplementos e algumas edições já trazem até fotos coloridas. As revistas, então, estão cada vez mais coloridas. Isso sem falarmos nos processos de impressão, que evoluíram desde a prensa rudimentar de Gutenberg até as modernas rotativas, que parecem verdadeiras usinas de força. E a composição do texto, então? Desde o tipógrafo chinês, que "fundia a cuca" juntando milhares de tipos para formar palavras e textos, chegou-se à máquina que compõe e funde, não a "cuca", mas tipos, e até à fotocomposição, feita por computadores eletrônicos.

Uma tarefa do jornalismo que ainda consome muito tempo é a complementação da notícia, a pesquisa, a consulta aos arquivos. No futuro, os arquivos serão eletrônicos. Todos os dados de uma biblioteca estarão armazenados na "memória" de possantes computadores. Se, por exemplo, um redator quiser escrever sobre o último campeonato mundial de futebol vencido pelo Brasil, ele só terá que pedir ao computador — falando ou por escrito — o que deseja saber. Segundos depois, os dados serão impressos ou então projetados numa televisão de circuito fechado. E ele logo saberá tudo sobre o assunto.

Isso, porém, não é nada. Segundo informa o *Jornal do Brasil*, do Rio, no seu Caderno de Jornalismo, no futuro um cérebro eletrônico poderá editar um jornal ou uma revista. O único problema do diretor será, ao sair da redação no fim do expediente diário, chamar um contínuo e dizer: "Por favor, Percival, não se esqueça de colocar óleo no redator-chefe."

Mas, se você é candidato a repórter, não se preocupe: por mais aperfeiçoadas que sejam, as máquinas não poderão fazer tudo no jornalismo e haverá sempre a necessidade da "cuca" de um bom jornalista para colher, escrever e analisar os fatos. A não ser, é claro, que algum Professor Pardal também invente um jornalista eletrônico . . .

JORNAIS DE COLÔNIA

Se um jornal de bairro publica noticiário de interesse dos moradores do bairro, os jornais de colônia só poderiam mesmo noticiar assuntos de interesse dos estrangeiros aqui radicados.

No Brasil vivem numerosas colônias de imigrantes estrangeiros. Por isso há em nosso país diversas publicações em língua estrangeira. Os primeiros jornais de colônia que apareceram entre nós foram: *The Rio Herald* (1828) e *Literary Intelligence* (1830), que eram jornais para inglês ver . . . e ler; *Courier du Brésil* e *Echo de l'Amerique du Sud,* ambos de 1829, destinados aos franceses.

A colônia alemã ganhava dois jornais em 1833: *Der Deutsche Beobachter* no Rio e *Deutsche Einwanderer* em Porto Alegre. Em 1871 foi a vez dos espanhóis, com o lançamento do *Correo Ibérico* no Rio de Janeiro. Em 1893 surgia, em São Paulo, o famoso *Fanfulla,* para a colônia italiana, que se tornara numerosa no Brasil. No princípio era um semanário, mas evoluiu até ser um diário. Circulou até 1954 e foi um dos periódicos de colônia de maior importância e prestígio.

JORNAIS DE BAIRRO

Os grandes acontecimentos mundiais, como a conquista da Lua ou os Jogos Olímpicos, não são mais importantes para o leitor do que o incêndio que aconteceu perto de sua casa. Para qualquer leitor do mundo é mais importante um fato que ocorra no bairro em que ele vive e onde conhece todo mundo do que a notícia de um fato acontecido em outro continente. Eis a razão pela qual o jornal de bairro é cada vez mais popular.

Com o crescimento constante das grandes cidades, tornou-se quase impossível aos grandes jornais publicar tudo o que interessa aos bairros. Essa função é preenchida pelos jornais de bairro, onde você encontra desde o anúncio do dentista próximo à sua casa até a notinha da última festa do clube na qual você esteve presente. É assim que o jornal de bairro serve à comunidade. Em geral, ele mantém uma ligação muito grande com o comércio, a indústria e a sociedade do lugar. E é distribuído gratuitamente porque vive dos anúncios que publica.

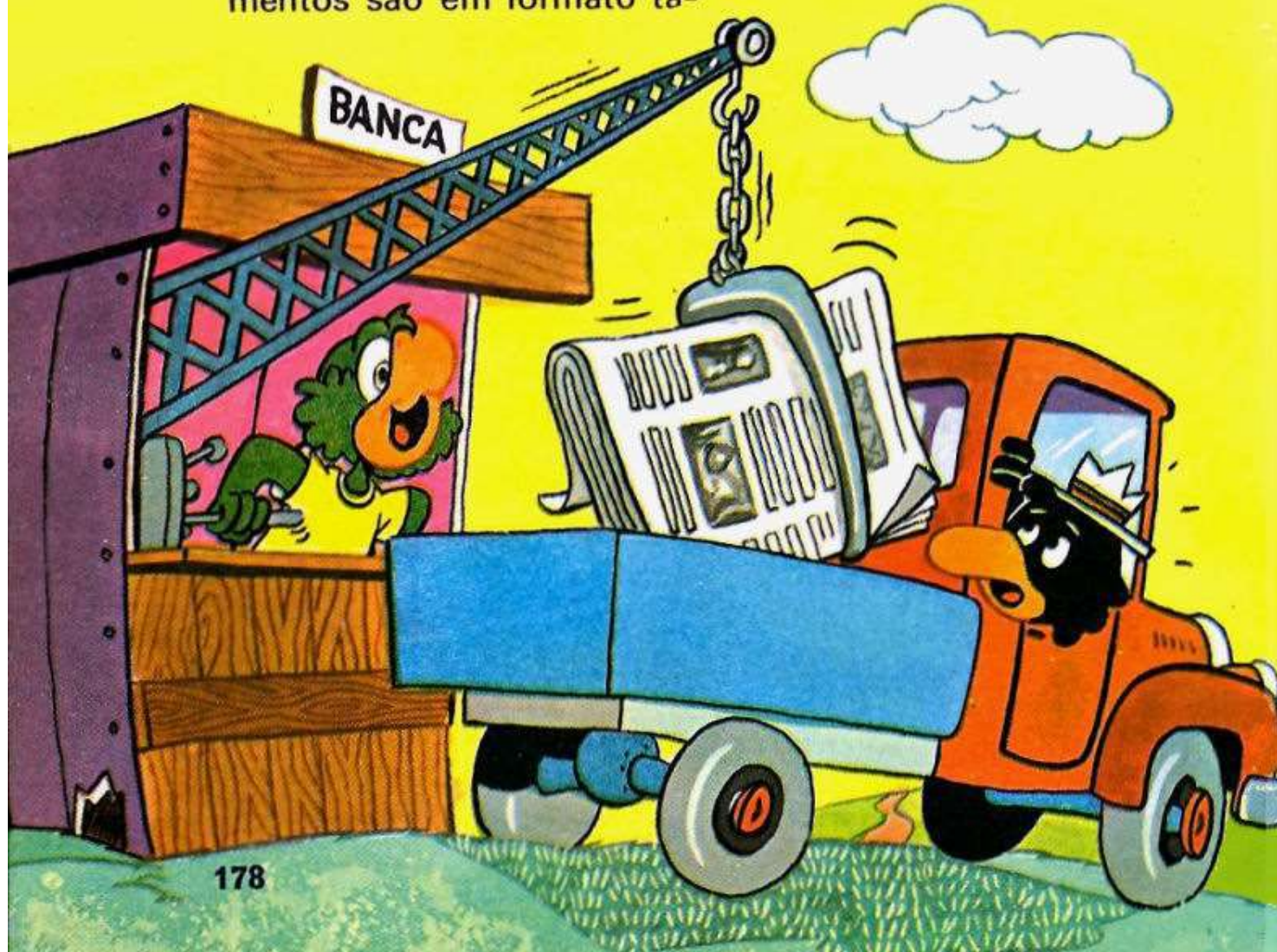
Em São Paulo existem alguns jornais de bairro que atingem a tiragem de 36 000 exemplares.

SUPLEMENTOS

Nos velhos tempos, quando o Tio Patinhas ainda lutava para ganhar seu primeiro milhão, a vida podia ser dura, porém era mais simples que a de hoje. E os jornais da época refletiam isso: eram também mais simples do que os de agora.

No mundo de hoje acontecem tantas coisas que apenas o noticiário e as reportagens costumeiras não bastam para dar cobertura a tudo. Por isso, os jornais modernos passaram a editar **suplementos.**

Em geral esses suplementos são em formato tablóide e fornecem informações especializadas. Se um agricultor quiser saber algo sobre como cultivar melancias, por exemplo, é num **suplemento agrícola** que ele encontrará a orientação necessária. Se uma família pretende passar umas férias e não sabe onde ou como, poderá encontrar boas "dicas" num **suplemento de turismo.** Com a vantagem de que o suplemento vem junto com o jornal, sem custo extra.

No Brasil, jornais como *O Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil, O Globo, Folha de*

S. Paulo, O Estado de Minas, O Estado do Paraná, Diário de Pernambuco e outros enriquecem suas edições (dominicais, geralmente) com vários suplementos, abrangendo desde esportes até turismo, automobilismo, literatura, agricultura, assuntos femininos, economia, educação, etc.

O recordista mundial em suplementos é o mais importante jornal americano, *The New York Times*. Sua edição dominical é tão "gorda" que nem dá para dobrá-la. Uma edição recorde de 1965 pesava — cada exemplar — três quilos e meio!

A COLUNA DO LEITOR

Um jornal é feito por muita gente, e até pelos . . . leitores. São aqueles que escrevem para os jornais, dando suas opiniões próprias sobre determinado assunto, denunciando alguma coisa errada, ou reclamando uma providência das autoridades ou mesmo de particulares em cargos de responsabilidade social.

Essas cartas obedecem à ordem de chegada para serem — ou não — publicadas. Como a correspondência dos jornais é grande, a redação geralmente seleciona as cartas (ou os trechos) mais interessantes para saírem no jornal.

As cartas dos leitores são mais úteis à coletividade do que parecem, pois muitas vezes apontam problemas — e até soluções — que de outra forma não chegariam ao conhecimento das autoridades.

Foi escrevendo uma carta ao jornal *O Estado de S. Paulo* que Monteiro Lobato iniciou sua brilhante carreira literária. Em sua missiva Lobato criticava a devastação das matas pelas queimadas, e a repercussão foi tanta que logo ele era convidado pelo jornal a continuar escrevendo.

A coluna do leitor mais conhecida é possivelmente a do jornal *The Times,* de Londres. Uma espécie de termômetro da opinião pública inglesa, ali são debatidos os mais variados assuntos. Gente importante andou (e anda) freqüentando a coluna, como Bernard Shaw e *Sir* Winston Churchill.

A chamada coluna do leitor é, por assim dizer, uma espécie de tribuna, onde o cidadão comum pode manifestar publicamente o seu pensamento. Basta, para isso, que ele assine a carta e assuma a responsabilidade do que escreve, sempre dentro dos limites de seus direitos.

PEQUENO VOCABULÁRIO DO JORNALISMO

Anunciante — Pessoa, firma ou entidade que se utiliza da imprensa para fazer propaganda.

Artigo — Matéria opinativa, comentário de jornalista publicado na imprensa abordando determinado assunto.

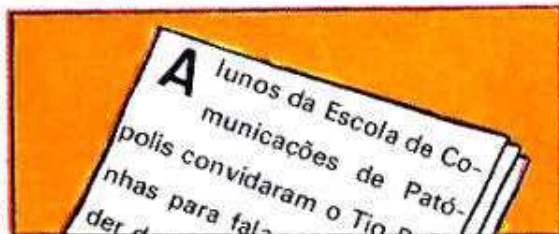
Barriga — Notícia falsa divulgada pelo jornal, por engano, como sendo verdadeira.

Caderno — Parte do jornal dedicada a determinados assuntos específicos, formando conjunto separado.

Caixa-alta, caixa-baixa — Designação dos caracteres impressos maiúsculos e minúsculos.

AaBb

Calhau — Matéria que fica de reserva nas redações para preencher os vazios eventuais de última hora que surgem na elaboração de uma edição, por motivos imprevistos.

Capitular — Letra inicial da matéria, de tamanho muito maior do que as letras normais do texto.

Cascata — Texto enrolado, enganoso e fútil para espichar a notícia; foto posada, foto arranjada pelo fotógrafo.

Chamada — Texto ou gravura na primeira página de uma publicação, objetivando interessar o leitor em certas matérias que ela traz em suas páginas internas.

Charge — Desenho que comenta, critica ou ridiculariza personalidades, fatos e situações momentosos.

Chupar — Copiar trabalho alheio.

Cícero — Unidade de medida da composição tipográfica.

Circulação — O total dos exemplares de uma edição entregues aos leitores.

Clichê — Reprodução de texto, fotos e desenhos gravados numa chapa metálica para impressão.

Cobertura – Atividade do repórter destacado para observar e descrever os acontecimentos que devem ser apresentados ao jornal ou revista.

Coluna – Cada uma das partes verticais em que se divide uma página de jornal ou revista; seção publicada e assinada com regularidade.

Contato – Profissional encarregado de conseguir publicidade (anúncios) para o periódico.

Corpo – Tamanho dos caracteres tipográficos.

Corujar – Divulgar notícia (uma agência telegráfica, por exemplo) captada de outras agências ou noticiários radiofônicos.

Edição – O total dos exemplares impressos e publicados na mesma ocasião. Trabalho realizado para fazer o jornal na redação.

Editorial – Opinião que um jornal ou revista emite sobre acontecimentos ou assuntos de interesse público.

Encalhe – Exemplares postos à venda e não vendidos.

Encarte – Folheto ou livreto adicionado preso a uma revista, geralmente contendo matéria promocional.

Expediente – Texto onde o jornal ou revista menciona os nomes dos responsáveis pela produção e edição do periódico, o preço da assinatura, venda avulsa, endereços, etc.

Foca – Repórter novato, inexperiente.

Fonte — Família de tipos ou matrizes usados na composição do texto.
Furo — Notícia importante dada em primeira mão. Medida tipográfica equivalente a 4 cíceros ou 48 pontos.
Gráfica — Oficina dos órgãos de imprensa, onde são impressas as publicações.
Grifo — Tipo inclinado.
Legenda — Texto que fica em cima, abaixo ou ao lado da foto e serve para explicá-la.
Linotipo — Máquina que funde tipos e compõe textos, operada por um profissional conhecido como linotipista.
Logotipo — Desenho identificador de marca comercial ou industrial.

Manchete — Título de notícia em tipos garrafais, visando chamar a atenção do público. O título principal de uma página de jornal.
Matutino — Jornal que circula pela manhã.
Negrito — Tipo de letra mais grossa, destinada a pôr em destaque palavras ou parte do texto.
Noticiário — Conjunto das informações publicadas num jornal. Programa jornalístico no rádio ou televisão.
Off-set — Processo de impressão chamada plana (chapa-matriz sem relevo) e indireta (a imagem passa da matriz para o papel através de um cilindro de borracha).
Original — Texto entregue pela redação à composição gráfica.

Pastel — Mistura, troca, inversão, omissão ou confusão de palavras, linhas ou trechos de um texto composto.

Picaretagem — Uso da condição de jornalista para obter proveito indevido; ação de profissionais incompetentes ou aventureiros que, sem méritos próprios, usam de expedientes para lograr vantagem.
Ponto — A menor medida tipográfica; cada 12 pontos perfazem 1 cícero.
Reparte — Parcela de uma edição destinada a determinada praça ou consumidor.
Repórter — Jornalista de campo, que se desloca aos mais variados locais à cata de notícias.

Rotativa — Máquina impressora que opera com formas cilíndricas, utilizando papel em bobinas.
Rotogravura — Processo de impressão por meio de matrizes em baixo-relevo, com cilindros de aço revestidos de cobre.
Salto — Trecho omitido na composição de um texto.
Suplemento — Impresso que acompanha os periódicos, contendo matéria especializada.
Tiragem — Quantidade total de exemplares que são impressos numa mesma edição de jornal, livro ou revista.

Titular — Dar título a uma matéria.
Tricromia — Impressão a três cores (amarelo, azul e vermelho).

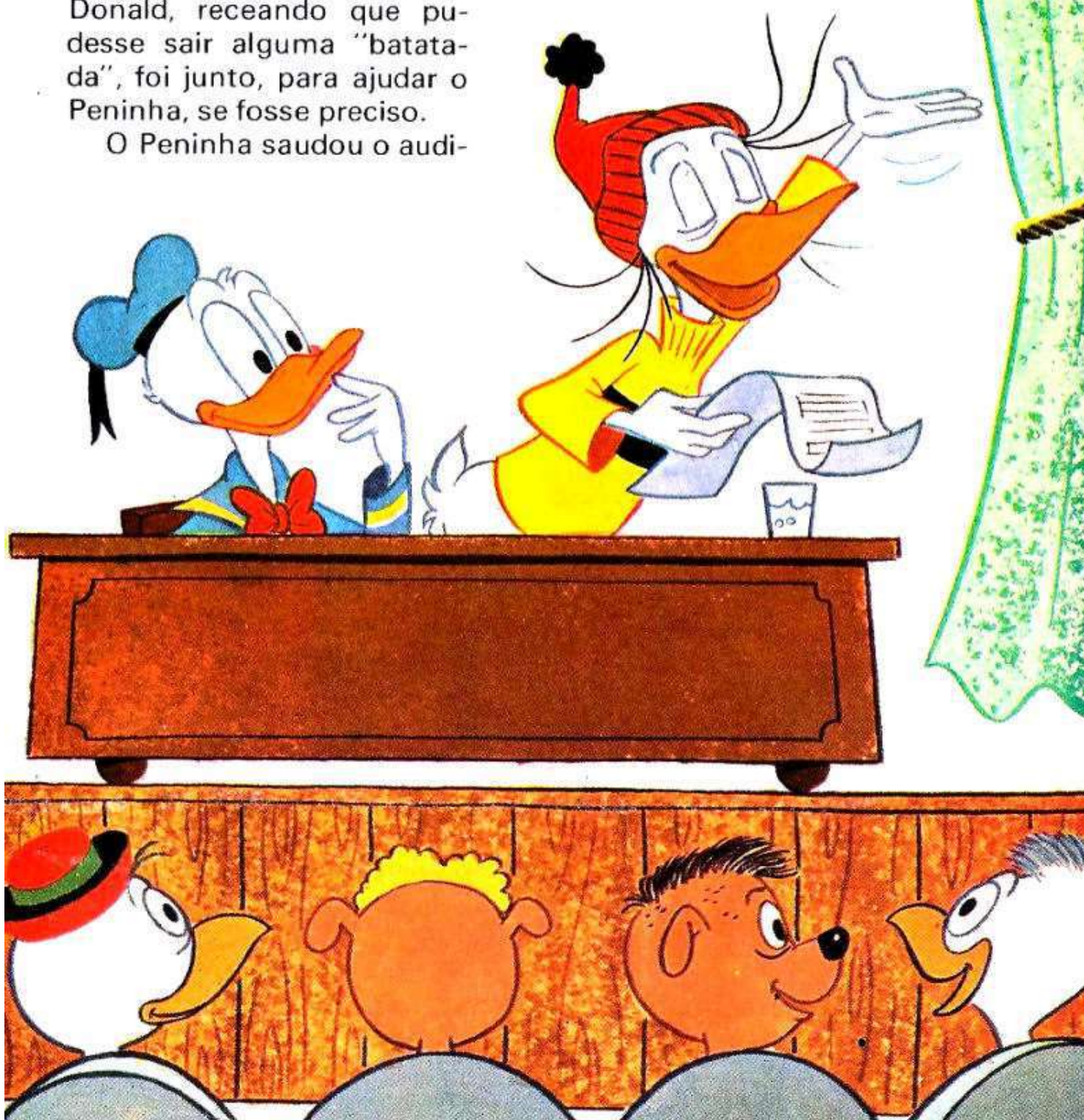
Vespertino — Jornal que circula à tarde ou à noite.
Vinheta — Pequeno desenho para ilustrar matérias ou preencher vazios. Sinais gráficos usados para separar textos.

Volante — Folheto avulso de propaganda, anexado solto a uma revista.

O PODER DA IMPRENSA

Alunos da Escola de Comunicações de Patópolis convidaram o Tio Patinhas para falar sobre o poder da imprensa. Coincidência ou não, Tio Patinhas alegou problemas particulares e mandou em seu lugar o Peninha. (Vale esclarecer que a palestra era grátis.) Donald, receando que pudesse sair alguma "batatada", foi junto, para ajudar o Peninha, se fosse preciso.

O Peninha saudou o auditório, tirou um papel do bolso e começou a falar:

— No mundo de hoje, a imprensa tem um papel cada vez mais importante. Termômetro da opinião pública e arauto da História, a missão da imprensa é grande e

nobre. O trabalho do jornalista, antes de ser uma profissão, é um sacerdócio. Ele deve transmitir ao público, de modo imparcial, os fatos, muitos dos quais podem influir na vida de toda a humanidade. Deve interpretar a opinião pública, visando a prestar um serviço à coletividade. A missão da imprensa é informar, esclarecer e orientar o público; defender o bem e o justo e combater o mal e o injusto, transmitir corretamente os fatos, sem distorcer a verdade. A imprensa é o mais poderoso veículo de comunicação, dada a influência que é capaz de exercer na opinião pública. Já no passado liderou campanhas memoráveis, como a do abolicionismo e a da república no Brasil. Pode até mudar o curso da História, tal é o poder da palavra.

Nessa altura, o auditório prorrompeu em aplausos. Donald ficou boquiaberto. Só compreendeu tudo quando o Peninha se voltou e fez um sinal, erguendo o polegar para alguém que estava atrás da cortina, assessorando discretamente o orador. Esse alguém era o Gilberto, o sobrinho sábio do Pateta.

Agradecendo os aplausos, Peninha completou:

— Na organização da maior parte dos países há três poderes públicos: o Legislativo, que faz as leis; o Executivo, que governa, cumprindo e fazendo cumprir essas leis; e o Judiciário, que julga as transgressões ou não dessas leis. Mas o poder da palavra transmitida pela imprensa é tão grande que, por essa razão, a imprensa é também chamada o **Quarto Poder**.

JORNALISMO E COMUNICAÇÕES

JORNALISMO E COMUNICAÇÕES

HISTÓRIAS DO PENINHA

GENTE DO JORNALISMO

DIRETOR DO GRUPO DE PUBLICAÇÕES INFANTO-JUVENIS:
Angelo Rossi
GRUPO DE LIVROS E FASCÍCULOS
Diretor: Pierluigi Bracco
Diretor comercial: Fábio de Toledo Andrade
MANUAL DO PENINHA 1.ª EDIÇÃO (1973)
Idealização: Claudio de Souza
Supervisão: Waldyr Igayara de Souza
Edição de texto: Silvio Fukumoto
Coordenação de texto e pesquisa: Elizabeth Sigoli
Layout e coordenação de arte: Izomar Camargo Guilherme
Ilustração: Carlos Gomes de Freitas, Luiz Podavin,
Carlos Marti Formento, Jorge Kato, Sérgio de Jesus Cântara,
Michio Yamashita, Isao Sugimura e Walter Calviño Garcia.
2.ª EDIÇÃO (1977)
CONSELHO EDITORIAL:
Diretora: Ruth Rocha
Editoria: José Geraldo de A. Soares Filho
Chefia de Arte: Sérgio de Jesus Cântara
REDAÇÃO:
Editor de texto: Fernando Guimarães
Pesquisa: Flávia Ladeira Ceccantini, Cristina Esperança Marcello
Produtor: José Motta Filho
ARTE:
Paulo Edson de Moura (desenhista)
Luiz Carlos de Castro (Produtor de Texto)
Marcos A.M.Lemos e Wanderlei da Silva (Assistentes de Arte)
Consultoria: Silvio Fukumoto

MANUAIS DISNEY JÁ PUBLICADOS:

MANUAL DO ESCOTEIRO-MIRIM
MANUAL DO TIO PATINHAS
MANUAL DO PROF. PARDAL
MANUAL DA MAGA & MIN
MANUAL DO PENINHA
MANUAL DO ZÉ CARIOCA
MANUAL DO GASTÃO
MAGIRAMA, MANUAL DE MÁGICAS
2.º MANUAL DO ESCOTEIRO-MIRIM
AUTORAMA, MANUAL DO AUTOMÓVEL

Impresso e distribuído
com exclusividade no país pela
Abril S/A Cultural e Industrial —
São Paulo
1.ª edição — novembro de 1973
2.ª edição — abril de 1977